الإعلام و السياحة

د.أماني رضا





الإعلام والسياحة

تأليــف

د. أماني رضا

طبعة ٢٠١٧

رضا ، اماني.

الإعلام والسياحة /أماني رضا.- الجيزة: اطلس للنشر والإنتاج الإعلامى، ٢٠١٦ .

٢٢٨ ص ، ٢٤ سم .

تدمك: ٦ ٥١٢ ٣٩٩ ٩٧٧ ٩٧٨

١- وسائل الإعلام والسياحة

أ- العنوان

٣٠١,١٦

الإعلام والسياحة

تأليـــف

د. أماني رضا



رئيس مجلس الإدارة

عـادل المصـرى

عضو مجلس الإدارة

المنتدب

نوران المصرى

رقم الإيداع

٢٠١٦/٢٧٣٩١

الترقيم الدولى

٩٧٨-٩٧٧-٣٩٩-٥١٢-٦

الطبعة الاولى

طبعة ٢٠١٧

الكتـاب : الإعلام والسياحة

المؤلف : د. أماني رضا

الغلاف : إسلام البلاط

الناشـر : أطلس للنشر والإنتاج الإعلامى ش.م.م

٢٥ش وادى النيل - المهندسين - الجيزة

atlas@innovations-co.com

www.atlas-publishing.com

تليفون : ٣٣٤٦٥٨٥٠ - ٣٣٠٤٢٤٧١ - ٣٣٠٢٧٩٦٥

فاكـــس : ٣٣٠٢٨٣٢٨

****

إهداء...

إلى من علَّمَانِي..إلى من لهما الفضل بعد الله في أن أصل إلى ما أنا عليه الآن...

والدي الحبيب...والدتي الغالية

أدامكما الله لي دومًاوأنعم عليكما بالصحة والعافية

إلى أستاذتي الغالية العزيزة التي تعلمت منها الكثير علميًّا وإنسانيًّا..

أ.د/ منى الحديدي

جزاكِ الله خير الجزاء وحفظكِ لنا أستاذة فاضلة

إلى من يشجعني دائمًا ويقف بجانبي ويساندني..

زوجي الحبيب

أدامك الله وحفظك لي دومًا

إلى زهرة قلبي وفرحة عمري ووردة حياتي ابنتي

دانا هيثم كرم

حفظكِ الله لي وبارك فيكِ وفي حياتك

إلى أسرتي الجميلة..

إليكم جميعًا..أهدي هذا الكتاب

المقدمة:

يُعدُّ قطاع السياحة من القطاعات المهمة التي أولتها الدول اهتمامًا خاصًا؛ إذ أدركت - منذ البداية - الأهمية الاقتصادية الكبرى المترتبة على نشاط السياحة، وما له من مردود وأثر إيجابي على الدخل القومي؛ فسعت بذلك إلى استغلال المقومات السياحية والمغريات المختلفة التي تميزها عن غيرها لتشجيع الإقبال السياحي. وتنافست الدول على تنشيط السياحة بأنواعها المختلفة حرصًا منها على جذب أكبر عدد من السائحين وإقناعهم بممارسة النشاط السياحي فيها.

وقد أصبحت السياحة الصناعة الأولى في العالم نظرًا إلى تصاعد أهميتها عالميًا منذ منتصف القرن العشرين؛ حيث بدأت أعداد السياح تتصاعد. وحسب إحصاءات منظمة السياحة العالمية فمن المقدَّر عام ٢٠٢٠ أن يقفز عددُ السياح إلى أكثر من ١٥٠٠ مليون سائح[1].

وفي إطار تطور وسائل الإعلام ونموها وانتشارها بشكل ملحوظ في الدول العربية فإنه يزداد الاعتماد عليها، سواءً لتلبية احتياجات مستخدميها من الأفراد أو من المؤسسات والأنظمة المختلفة، والتي تعتمد على وسائل الإعلام بشكلٍ أساسي في الترويج للخدمات والأنشطة المتنوعة، وفي نشر الأفكار المستحدثة أيضًا.

ويُعدُّ قطاعُ السياحة أحد القطاعات التي حاولت الاستفادة من وسائل الإعلام المختلفة في الترويج للنشاط الذي تضطلع به السياحة في أي مجتمع من المجتمعات، حيث أدرك القائمون على مجال السياحة الدَّوْر المهم الذي يمكن أن تقوم به وسائلُ الإعلامِ لخدمة النشاط السياحي والمساهمة في النهوض بالقطاع السياحي، مما جعل الانتباهَ يتزايدُ نحوَ الوسائل الإعلامية المختلفة ومحاولة الاستفادة من خصائص هذه الوسائل في المجال السياحي.

وبهذا برز «الإعلام السياحي» كَشَكْلٍ من أشكال الاهتمام بالاستفادة من وسائل الإعلام في مجال السياحة، إذ عَمِلَت الدولُ- منذ البداية- على استخدام الوسائل

الإعلاميـة – وخاصـة التلفزيـون لمـا يتمتـع بـه مـن خصائـص- في الترويـج لمقوماتهـا السـياحية الفريـدة والمميـزة. وتنافسـت كل دولـة في إبـراز مـا تنفـرد بـه مـن مغريـات سـياحية قـد لا توجـد في غيرهـا مـن الـدول. ويـأتي «التلفزيـون» في مقدمـة هـذه الوسـائل الإعلاميـة، والـذي يـزداد الاعتـمادُ عليـه باعتبـاره وسـيلة إعلاميـة ضروريـة في الوقـت الحـالي لاسـيما مـع انتشـار الأميـة في معظـم المجتمعـات العربيـة، وتزايـد الاتجـاه نحـو الترفيـه والمتعـة التـي يبحـث عنهـا المشـاهد في المضامـين المُقَدَّمـة مـن خلالـه.

وتجـدر الإشـارة إلى أن اسـتخدام التلفزيـون في مجـال السـياحة قـد يكـون بشـكل ضمنـي غـير مباشر، وذلـك مـن خـلال اسـتغلال المضامـين الدراميـة والترفيهيـة مثـل: «أغـاني الفيديـو كليـب، والإعلانـات، ومـواد الدعايـة أو إلقـاء الضـوء عـلى منطقـة مـا في فيلـم سـينمائي أو مسلسـل درامـي، أو في قالَـبِ مسـابقاتٍ أو فوازيـر ومـواد ترفيهيـة». أو مـن خـلال المضمـون التلفزيـوني السـياحي المبـاشر الـذي تقدمه البرامـج السـياحية المتخصصـة، أو الأفـلام الوثائقيـة التـي تتنـاول مكانًـا أو دولـةً مـا، أو حمـلات التوعيـة والتسـويق الاجتماعـي التـي تقـدَّم بهـدف تنشـيط وتنميـة السـياحة في دولـة مـا.

وقـد ظهـر الاهتـمام العـربي بالإعـلام التلفزيـوني السـياحي مـن خـلال القنـوات الفضائيـة العربيـة «حكوميـة أو خاصـة»، حيـث أَوْلَـت كثـيرٌ مـن الفضائيـات العربيـة الاهتـمام بالمضمـون السـياحي المقـدم فيهـا وذلـك بهـدف إبـراز الصـورة الإيجابيـة والمشرقـة عـن الدولـة التابعـة لهـا، والتشـجيع عـلى تنشـيط السـياحة إلى هـذه الـدول، سـواءً مـن خـلال مخاطبـة الجمهـور العـربي في دول أخـرى لتشـجيع السـياحة العربيـة - العربيـة، أو مـن خـلال مخاطبـة الجمهـور الداخـلي لتشـجيع السـياحة الداخليـة. كـما لم يقتـصر الأمـر عـلى المضامـين السـياحية المقدَّمـة في القنـوات الفضائيـة العامـة فقـط، بـل تعـداه بظهـور قنـوات فضائيـة عربيـة متخصصـة في مجـال السـياحة، والتـي تركـز عـلى المضمـون السـياحي بكافـة أشـكاله وتـروج للسـياحة عـلى اختـلاف أنواعهـا.

ويعد هذا الكتاب من الدراسات التي تسلط الضوء على الإعلام التلفزيوني السياحي بشكل خاص نظرًا إلى أهمية التلفزيون ودوره في تنشيط وخدمة السياحة. ويفصل الكتاب ضمن فصوله الحديث عن السياحة وأنواعها المختلفة كما يلقي الضوء على التنمية السياحية مع التركيز على التنمية السياحية المستدامة، كما يعرض الكتاب للنشاط السياحي في ثلاثة دول عربية تتبع لأسواق سياحية مختلفة، وهي: «جمهورية مصر العربية»، «المملكة المغربية»، «المملكة الأردنية الهاشمية».

ويركز الكتاب على المضمون التلفزيوني العربي ومدى اهتمامه بالمضمون السياحي المقدم فيه مع عرض لتجربة القنوات الفضائية السياحية المتخصصة العربية والأجنبية، ويستعرض الكتاب في أحد فصوله رؤية تقيميه ومقترحات لخبراء السياحة والإعلام لكيفية استغلال التلفزيون في تنشيط السياحة المصرية والنهوض بالقطاع السياحي المصري وذلك من خلال عرض نتائج المقابلات المتعمقة التي أجرتها المؤلفة مع نخبة من خبراء السياحة والإعلام في «مصر» وذلك في الفترة مابين عامي ٢٠١٣، و ٢٠١٤.

والله الموفق والمستعان...

د/ أماني رضا

القاهرة في ٢٠١٦

الفصل الأول

السياحة

مفهومها، وأنواعها المختلفة

تمهيد:

يستهدف الفصل الحالي إلقاء الضوء على السياحة كظاهرة متعددة المستويات (اجتماعيًّا، وسياسيًّا، وثقافيًّا، وبيئيًّا)، مع التركيز على الأنواع المختلفة للسياحة وخاصة الأنواع الحديثة وغير التقليدية للسياحة، كما يقدِّم الفصل لمفهوم التنمية السياحية وأهدافها وكيفية تحقيقها والمقصود بالتنمية السياحية المستدامة كتوجه جديد يكون بديلًا عن التنمية السياحية التقليدية.

مفهوم السياحة:

اتفقت مفاهيم وتعريفات النشاط السياحي على اعتبار أنه نشاط يقوم به الإنسان من مكانٍ إلى آخر يبتعد عن مكان إقامته الأصلي، وتختلف دوافع الفرد للقيام بهذا النشاط سواءً كانت دوافع دينية، أو ثقافية، أو ترفيهية، أو رياضية، أو علاجية، أو غيرها من الدوافع والاهتمامات التي تدفع الإنسان للقيام بالنشاط السياحي سواءً كان بمفرده أو من خلال آخرين يشاركونه هذا النشاط الإنساني.

وتُعد السياحة من الظواهر المعقدة المتشابكة مع غيرها من المجالات الأخرى، فلا يمكن أن تكون هناك سياحة دون تداخل وتشابك مع القطاعات الأخرى كالقطاع الاقتصادي، والقطاع السياسي، والقطاع الثقافي، وقطاع الآثار، والقطاع الطبي، وقطاع النقل والمواصلات، وغيرها من القطاعات والمجالات التي تتأثر بها السياحة وتؤثر فيها.

إلا أنه في بدايات دراسات السياحة لم يكن ينظر إلى السياحة كقطاع يمكن دراسته من الناحية الثقافية والاجتماعية، وكان الاهتمام بها فقط يركز على كونها ظاهرة اقتصادية ليس إلا، حتى جاءت التعريفات الحديثة للسياحة لتضع في اعتبارها النظر إلى ظاهرة السياحة من خلال مدخل النظم «System Approach» على اعتبار أنها تتأثر بالبيئة السياسية، والطبيعية، والاقتصادية وغيرها مما يعمق من الفهم للسياحة كظاهرة متعددة ومتشابكة العناصر.

وحقيقـة فـإن السـياحة ظاهـرة معقـدة جـدًا تشـمل موضوعـات عـدة، وهـي: اقتصاديـة (باعتبارهـا تعمـل بالعـرض والطلـب، والتجـارة والأسـواق)، ونفسـية (الحاجـة إلى تخفيـف الضغـط اليومـي ووجـود الحافـز للسـياحة)، واجتماعيـة (تشـمل العـادات، والاتصـال مـع الآخريـن، والروابـط)، وثقافيـة (مثـل نقـل المعرفـة، والسـياحة كعنـصر للتغيـير)[٢].

وكلمـة (سـياحة) اشـتقت مـن الكلمـة الإغريقيـة (تورنـو Tornos) والتـي تعنـي عمل دائـرة (Making a Circle)، وقـد عرَّفـت منظمـة السـياحة العالميـة السـياحة بأنهـا: نشـاط أو سـفر الأشـخاص وإقامتهـم في أماكـن بعيـدًا عـن موطنهـم الطبيعـي وذلـك بغـرض الترفيـه، والعمـل، وغيرهـا مـن الأغـراض[٣].

وبهـذا فإنـه يمكـن القـول بـأن السـياحة ليسـت فقـط عبـارة عـن فنـادق وطائـرات أو غيرهـا مـما يُسـمى بصناعـة السـياحة، وإنمـا هـي عبـارة عـن نظـام يتكـون مـن مكونـات أساسـية مرتبطـة ببعضهـا البعـض في علاقـة عميقـة ومعتمـدة. ولـكي نشـبع السـوق السـياحي فـإن أي منطقـة أو مجتمـع لابـد أن يكـون قـادرًا عـلى توفـير تشـكيلة متنوعـة مـن التنميـة والخدمـات (جانـب الإمـداد أو العـرض) وكيفيـة أن نجعـل جانـب العـرض والإمـداد هـذا متوافقًـا مـع السـوق السـياحي والطلـب السـياحي، واللذيـن يشـكلان محـوري الوصـول إلى الصيغـة النهائيـة أو الشـكل النهـائي للتنميـة السـياحية الصحيحـة[٤].

وقـد قدمـت بعـض التعريفـات شروطًـا معينـة ليكـون النشـاط الـذي يقـوم بـه الإنسـان مندرجًـا تحـت مسـمى «النشـاط السـياحي»، وهـو مـا يُعـرف بأبعـاد ظاهـرة السـياحة[٥]؛ حيـث يعتمـد مفهـوم السـياحة عـلى أساسـين يتركـز الأول عـلى ضرورة انتقـال الفـرد مـن موطنـه الأصـلي أو مـن مقـر عملـه إلى دولـة أخـرى، أو إقليـم آخـر لسـببٍ معـين يهـدف إلى الانتفـاع بوقـت الفـراغ، أمـا الأسـاس الثـاني فيتمثـل في عامـل الوقـت؛ حيـث إن عمليـة الانتقـال تكـون مؤقتـة وتـتراوح بـين أكـثر مـن أربـع وعشريـن سـاعة، وحتـى أقـل مـن اثنـي عـشر شـهرًا، أي أن الانتقـال في هـذه الحالـة لا يكـون بهـدف الهجـرة أو الإقامـة الطويلـة مـن أجـل العمـل أو الدراسـة.

ويظهر من خلال تعريفات ومفاهيم السياحة المختلفة أنها تركز على وجود أنواع مختلفة من الدوافع التي تقف وراء القيام بأي نشاط سياحي، وهذه الدوافع هي التي يمكن من خلالها التمييز بين الأنواع والأشكال المختلفة للسياحة، إذ تتنوع أشكال السياحة وفقًا للعديد من التقسيمات والتصنيفات التي يتعارف عليها، مع ظهور بعض الأنواع والأشكال الحديثة للسياحة، والتي تُظهر اتجاه بعض الدول للتغيير والتنويع في الأنشطة السياحية وإيجاد وابتكار أشكال أخرى؛ وذلك سعيًا منها إلى مزيد من الجذب السياحي وتنشيط صناعة السياحة لديها.

أنواع السياحة:

تنطوي أنواع السياحة المختلفة على عدد من النشاطات أو الرغبات التي يشبعها الفرد من خلال قيامه بهذا النشاط السياحي وقد يكون العنصر الأساسي في هذه الرغبات والدوافع الشخصية والاحتياجات هو دافع الترفيه والاستجمام والترويح عن النفس إلى جانب بعض الدوافع الأخرى التي قد يشبعها الفرد من نشاطه الترفيهي فقد يحصل على معرفة ثقافية ما، أو يتابع نشاطًا رياضيًّا معينًا، أو يحضر مؤتمرًا أو ندوة، أو يسافر للعلاج أو الاستشفاء، وغيرها من الأهداف التي ينشدها الفرد ويسافر من أجلها، ووفقًا لهذه الدوافع تنقسم أنواع وأشكال السياحة.

- الأنواع التقليدية للسياحة:

أ- السياحة الترفيهية:

وهذا النوع من السياحة يُعتبر من العناصر الأساسية لأي نشاط سياحي؛ إذ يستهدف الفرد من خلاله الترويح عن النفس، والاستجمام، وقضاء وقت الفراغ والراحة بعيدًا عن روتين الحياة اليومي والضغوط اليومية المستمرة. ويمكن اعتبار أن هذا النوع والغرض من السياحة يعد شريكًا في كل أنواع السياحة؛ إذ إن الأنواع الأخرى للسياحة غالبًا ما تتضمن فكرة الترفيه في الأماكن التي يزورها الفرد أو يستمتع بها.

ويمكـن أن تشـتمل السـياحة الترفيهيـة عـلى عـدد مـن الأنشـطة مثـل السـياحة الشـاطئية التـي يسـتمتع مـن خلالهـا السـائحون بالشـواطئ الخلابـة المختلفـة، سـياحة التسـوق التـي تنطـوي عـلى التمتع بالأسـواق المختلفـة وإشـباع الرغبـة في الـشراء واقتنـاء المشـتريات المختلفـة لاسـيما وإن كانـت هـذه المشـتريات معـبرة عـن الدولـة المضيفـة وتاريخهـا أو تراثهـا الأصيـل كالهدايـا التذكاريـة التـي يقتنيهـا السـائحون عنـد زيارتهـم لمـصر، والتـي تعـبر عـن التاريـخ المـصري القديـم والفراعنـة.

ومـن نمـاذج الـدول العربيـة التـي اسـتطاعت أن توظـف كل إمكاناتهـا لتحقيـق سـياحة جاذبـة للجماهـير مـن مختلـف الأماكـن دولـة «الإمـارات العربيـة المتحـدة»(٦)؛ إذ تمتلـك جميـع المقومـات السـياحية التـي تجعـل منهـا الوجهـة السـياحية الأبـرز عـلى مسـتوى المنطقـة والـشرق الأوسـط، كذلـك سـاهمت البنيـة التحتيـة المتطـورة والقوانـين والنظـم الجديـدة في توفـير الدعـم الـلازم لتأسـيس المنشـآت السـياحية الراقيـة بالإضافـة إلى إقامـة العديـد مـن المشروعـات السـياحية المتنوعـة، مثـل: الفنـادق والمنتجعـات والمنشـآت الترفيهيـة الأخـرى في جميـع إمـارات الدولـة، ولقـد كان لكثـير مـن العوامـل السـياحية دور مهـم في ترسـيخ مكانـة دولـة الإمـارات العربيـة المتحـدة في صناعـة السـياحة العالميـة وفي مقدمتهـا الأمـن والاسـتقرار، والموقـع الجغـرافي الاسـتراتيجي، والطقـس المتميـز، ومتعـة التجـول والتسـوق بحريـة وأمـان، بالإضافـة إلى البنيـة الأساسـية الحديثـة والمتطـورة التـي تكفـل خدمـات راقيـة للسـياح والـزوار، مـن مطـارات وموانـئ وشـبكة طـرق ووسـائل اتصـالات ومواصـلات، وغيرهـا مـن الخدمـات الراقيـة.

وتعـد «سـياحة التسـوق» مـن الأنمـاط السـياحية الحديثـة، فهـي تعتـبر إحدى طـرق تسـويق المقصد السـياحي بمـا فيهـا تسـويق وترويـج المنتجـات والسـلع الوطنيـة. وتـتراوح فـترة هـذا النمـط السـياحي في البلـد المـراد الانتقـال إليهـا نحـو شـهر تقريبًـا؛ حيـث يعتمـد شـهر التسـوق عـلى حصـول السـائح عـلى خصـم يصـل إلى ٥٠٪ بالنسـبة لأسـعار الطـيران والفنـادق والسـلع والمنتجـات الوطنيـة والأجنبيـة مـع تسـهيلات جمركيـة وإعفـاءات ضريبـة المبيعـات، فضـلًا عـن تخفيـض الرسـوم عـلى المـزارات السـياحية خـلال فـترة الشـهر مـع إقامـة الأمسـيات الشـعرية والترفيهيـة للسـياح(٧).

وتشـتهر دولـة «لبنـان» بازدهـار سـياحة التسـوق فيهـا بشـكل كبـير سـاعد عـلى تشـجيع وتنشـيط حركـة السـياحة العربيـة والدوليـة الوافـدة إليهـا، وسـاعد عـلى ذلـك أنهـا[٨] تجمـع مزيجـاً مـن المـاركات العالميــة والمحليــة، وبأســعار تناســب جميــع الفئــات الاجتماعيــة. وكذلــك انعكــس التنــوع الثقــافي والاجتماعـي والحضـاري في «لبنـان» عـلى أسـواقه، فيجـد السـياح عـلى اختـلاف بلدانهـم أو معتقداتهـم كل مـا يتـلاءم وحاجاتهـم. ويُطلَـق في لبنـان مهرجـان السـياحة والتسـوق في شـهر شـباط (فبرايـر) مـن كل عـام، حيـث تنشـط كل القطاعـات مـن فنـادق ومطاعـم وشركات سـفر ومحـلات تجاريـة ومكاتـب تأجـير السـيارات، وكذلـك تنظـم نشـاطات فنيـة وفولكلوريـة وحفـلات وعروضـات فنيـة في مختلـف المناطـق. ولكـن منـذ فـترة بـدأ التركيـز عـلى السـياحة المسـتدامة، أي السـياحة عـلى مـدار السـنة، بحيـث تكـون كل فـترة مخصصـة لنـوع مـن أنـواع السـياحة يتـلاءم مـع طبيعـة المنـاخ والنشـاطات الملائمـة.

ويعــد نشــاط التســوق مــن الأنشــطة التــي قــد تكــون أساســية وتصاحــب أي نــوع مــن أنــواع السـياحة التـي يقـوم بهـا الفـرد مـن مـكان إلى آخـر، إذ قـد يحـرص السـائح عـلى التمتـع بهـذه المتعـة، وإرضـاء رغبـة الـشراء لديـه كنـوع مـن أنـواع الترفيـه المصاحـب للنشـاط السـياحي، وأيضًـا للحـرص عـلى اقتنـاء مـا يذكِّـره بهـذا المـكان الـذي قـام بزيارتـه.

ب- السياحة الدينية:

والمقصـود بهـا السـياحة مـن أجـل زيـارة الأماكـن الدينيـة المقدسـة والمـزارات الدينيـة التـي لهـا قدسـية وروحانيـة معينـة في وجـدان الزائـر أو المسـافر؛ حيـث تتعـدد هـذه المـزارات مـا بـين الأماكـن الإسـلامية، والمسـيحية، واليهوديـة.

وتشــمل هــذه الســياحة زيــارات الأماكــن ذات الدلالــة الدينيــة، والتــي تتمتــع بروحانيــة لــدى مختلـف الديانـات، مثـل: زيـارات بعـض الأديـرة والكنائـس بالنسـبة للمسـيحيين، أو زيـارة معابـد يهوديـة بالنسـبة للديانـة اليهوديـة.

وفي «مـصر» تشـمل السـياحة الدينيـة زيـارة المواقـع ذات الـدلالات أو الأهميـة الدينيـة في الديانـات الثلاثـة اليهوديـة، والمسـيحية والإسـلام، فمثـلًا تتعـدد الأماكـن ذات الدلالـة الإسـلامية في «مـصر»، فمنهـا المشـهد الحسـيني «حفيـد النبـي محمـد صلى اللـه عليـه وسـلم» في القاهـرة، إضافـة إلى جوامـع وأماكـن تاريخيـة إسـلامية, مثـل جامـع ابـن طولـون والجامـع الأزهـر وأسـوار القاهـرة الفاطميـة وقلعـة صـلاح الديـن. كـما توجـد مواقـع ذات دلالـة دينيـة مسـيحية ككنيسـة القديـس سـيرجيوس التـي يقـال أن العائلـة المقدسـة لجـأت إليهـا في أثنـاء لجوئهـا إلى «مـصر»، والكنيسـة المعلقـة للسـيدة العـذراء وديـر سـانت كاتريـن وديـر القديـس أنطونيـوس مؤسـس الرهبنـة شـبه الجماعيـة، وديـر القديـس بـولا السـائح في البحـر الأحمـر، وكذلـك ديـر السـيدة العـذراء المحـرَّق، وديـر درونـكا في أسـيوط، والعديـد مـن الأديـرة والكنائـس الأثريـة التـي لا حـصر لهـا. وكذلـك توجـد مواقـع ذات دلالـة دينيـة يهوديـة في «مـصر» مثـل جبـل مـوسي في سـيناء، ومعبـد بـن عـزرا في مـصر القديمـة بالقاهـرة، حيـث يوجـد بجـواره بـئر عميـق يعتقـد اليهـود «أن أم النبـي مـوسي كانـت تخبئـه فيـه خوفًـا عليـه مـن فرعـون»، ومعبـد شـعاري شـمايم «بوابـة السـماء» بوسـط القاهـرة، ومعبـد إلياهـو حنـابي بشـارع النبـي دانيـال، ومعبـد منشـا في الإسـكندرية[٩].

ومـن الـدول العربيـة التـي حاولـت أن تسـتغل إمكاناتهـا السـياحية للترويـج للسـياحة الدينيـة مـا قامـت بـه[١٠] هيئـة تنشـيط السـياحة الأردنيـة مـن إطـلاق حملـة للتسـويق والترويـج للسـياحة الدينيـة الإسـلامية في «المملكـة الأردنيـة الهاشـمية» واسـتقطاب السـياح مـن الـدول الإسـلامية خاصـة «ماليزيـا» و»أندونيسـيا» باعتبـار «الأردن» مقـرًا وبوابـة للأماكـن الإسـلامية المقدسـة الإسـلامية والمسـيحية, وهـذا مـا ركـز عليـه مديـر عـام هيئـة تنشـيط السـياحة الأردنيـة «عبـد الـرازق عريبـات» مـن أن مواقـع السـياحة الإسـلامية في «الأردن» تشـمل مواقـع المعـارك الإسـلامية التـي وقعـت عـلى أرضهـا كـ»اليرمـوك» و»مؤتـة» إضافـة إلى مقامـات الأنبيـاء والصحابـة المنتـشرة في كافـة بقـاع «الأردن»، وهـذه جميعهـا تعـد مناطـق جـذب سـياحة دينيـة يقصدهـا الـزوار مـن بـلاد مختلفـة؛ كـدول الخليـج العـربي، وماليزيـا، وتركيـا، وأندونيسـيا. بالإضافـة إلى السـياحة الدينيـة المسـيحية مثـل:

مواقـع الحـج المسـيحي كالمغطـس وجبـل نيبـو، إضافـة إلى انتشـار العديـد مـن الكنائـس المسـيحية والتـي تعـود إلى عصـور تاريخيـة مختلفـة، مثـل: كنيسـة سـيدة الجبـل في عنجـرة، وكنيسـة العـذراء في مأدبـا وهـذه تنـال قسـطًا كبـيراً مـن برامـج الهيئـة لترويـج السـياحة الدينيـة المسـيحية «لـلأردن».

جـ - السياحة الرياضية:

تعتـبر السـياحة الرياضيـة مـن أنمـاط السـياحة التـي تـزداد شـعبيتها يومًـا بعـد يـوم ولهـا العديـد مـن المشـجعين والمشـاهدين الذيـن يبحثـون عـن مثـل هـذه الأنشـطة الرياضيـة ويهتمـون بهـا وبمتابعتهـا بشـكل مسـتمر ودائـم, وقـد يسـافرون خصيـصى لمتابعـة هـذه الأحـداث الرياضيـة مثـل مسـابقات كأس العـالم لكـرة القـدم، كـما قـد يشـمل هـذا النـوع مـن السـياحة الأفـراد المشـاركين في ممارسـة هـذه الرياضـة (اللاعبـين ذاتهـم).

والسـياحة الرياضيـة لا تختـص برياضـة واحـدة بعينهـا, وإنمـا تمتـد لتشـمل الرياضـات الجماهيريـة مثـل كـرة القـدم إلى رياضـات الأثريـاء كالجولـف، كـما أن السـياحة الرياضيـة عندمـا تختـار الأماكـن التـي سـوف تُلعـب فيهـا المسـابقات والرياضـات تسـاعد عـلى أن يهتـم المسـئولون بهـذه الأماكـن فيعملـون عـلى تحسـين المرافـق بهـا وهـذا يجعـل منهـا أماكـن للسـياحة بعـد ذلـك(١١).

وتعتـبر « كُوريـا» مـن البـلاد الناميـة كخـير نمـوذج ناجـح لعمليـة الجـذب السـياحي مـن خـلال «دورة سـول الأوليمبيـة»، فمـن خـلال متابعـة الـدورة نعـرف إلى أي حـد اسـتطاعت اسـتغلال الطبقـات العمريـة المختلفـة (أطفـال، وصبيـان، وشـباب، ورجـال، وشـيوخ، وبنـات، ونسـاء), الجميـع في كوريـا اشـترك وعـبَّر بالـتراث الشـعبي وبالأغـاني الفلكلوريـة وبالترحـاب وبصـورة تجسـد ثقافـة الشـعب وصـدق مشـاعره والتعبـير بـكل الأحاسـيس والنبضـات الصادقـة عـن تـراث بلـده؛ بغيـة الظهـور بالمسـتوى اللائـق لبلـد نـامٍ لـه عاداتـه وتقاليـده(١٢).

ويعتقد البعض أن السياحة الرياضية هي سياحة العصر الحديث والقرن المقبل وتعتمد على إشباع رغبات المستهلك لكل من السياحة بكافة أنواعها والرياضة بأنشطتها المختلفة، كما أن السياحة الرياضية تحقق زيادة في عدد الليالي السياحية وتعظم من مستوى الإنفاق[١٣].

وبالإضافة إلى كافة الدورات والبطولات (عالمية، وقارية، وأوليمبية) أصبحت هذه البطولات تحقق رواجًا عظيمًا للدولة المضيفة؛ مما أدى إلى تدخل ساسة هذه الدول لتنال شرف تنظيم مثل هذه البطولات نظرًا إلى ما تحققه من مكاسب جمة تجنيها الدولة من جراء تنظيمها لتلك البطولات إضافة إلى ما استحدث من بطولات دولية تقيمها بعض الدول مستخدمة ما لديها من عوامل جذب وإمكانات طبيعية لتحقيق الرواج السياحي للدولة عن طريق ممارسة تلك الرياضات؛ مما يؤدي إلى الازدهار والتقدم لمختلف نواحي الدولة[١٤].

وتعد «سياحة الجولف»[١٥] موضة السياحة العالمية الآن، وهي سياحة القرن الحادي والعشرين، وأحدث وسائل جذب الحركة السياحية العالمية، وسياحة الجولف هي رياضة الأثرياء والأغنياء والنفقات الهائلة, فهي كما يصفها الخبراء واحدة من أهم أنواع السياحة المستحدثة في العالم في السنوات الأخيرة, والتي تسعى إليها الدول السياحية لجذب روادها وأبطالها للاستفادة من نفقاتهم الكبيرة على هذه السياحة. ومما يذكر أن هناك منظمة دولية تضم الشركات السياحية المتخصصة في سياحة الجولف في العالم وهي منظمة (International Association of Golf Tour Operators) والمعروفة اختصارًا باسم (IAGTO). ومن أهم أسباب اهتمام المواطنين العاديين في الغرب بلعبة «الجولف» ظهور اللاعب الأسطورة «تاجير وود» خلال الفترة القليلة الماضية والانتصارات الكبيرة التي حققها في شتى أنحاء العالم؛ مما جعل الأجيال الجديدة تهتم بهذه اللعبة وتمارسها في بلادها وفي الخارج.

كـما يوجـد عـدد مـن الرياضـات التـي اكتسـبت شـعبية لـدى السـائحين, وأصبـح السـائح يحـرص عـلى ممارسـتها خاصـةً الرياضـات البحريـة والمرتبطـة بالسـياحة الشـاطئية, مثـل: الغـوص تحـت المـاء Scuba Diving، والغطـس Snorkeling، والاسـتمتاع بمشـاهدة الأحيـاء البحريـة مـن خـلال القـارب الزجاجـي Glass Boat، ورياضـة ركـوب الأمـواج Surfing. وتعـد منطقـة "رأس محمـد" مـن المناطـق ذات الشـهرة الواسـعة لمحبـي هـذه الرياضـات البحريـة.

د- السياحة العلاجية:

يرتبـط هـذا النـوع مـن السـياحة بالبحـث عـن الاستشـفاء والعـلاج مـن الأمـراض المختلفـة، كـما قـد يكـون هـذا النـوع مـن السـياحة بغـرض الحصـول عـلى فـترة نقاهـة أو لقضـاء وقـت بعـد فـترة المـرض والعـلاج، وقـد اشـتهرت هـذه السـياحة وانتـشرت بشـكل كبـير وخاصـة مـع وجـود عـدد مـن الأماكـن والمـزارات السـياحية التـي تعـد مكانًـا مناسـبًا لهـذا النـوع مـن العـلاج كالأماكـن التـي يوجـد بهـا الميـاه الكبريتيـة أو الرمـال المشـعة أو العـلاج بطمـي البحـر.

وتتضمـن هـذه السـياحة مـا يعـرف بـ»السـياحة الطبيـة»[١٦] التـي أصبحـت خيـارًا مشـهورًا بشـكل متزايـد للمـرضى الذيـن يبحثـون ويسـعون إلى الحصـول عليهـا – وذلـك عـلى نفقتهـم الخاصـة- وهـذه السـياحة الطبيـة ليسـت متوفـرة بشـكل أسـاسي في الموطـن الأصـلي للمريـض وذلـك بسـبب نقـص إتاحـة هـذا العـلاج لديهـم، أو قوائـم الانتظـار الطويلـة لديهـم للعـلاج، أو لغيرهـا مـن الأسـباب.

وذهـب البعـض إلى اعتبـار أن السـياحة العلاجيـة يمكـن أن يتم ربطهـا بالبيئة, وأطلق عليها السـياحة العلاجيـة البيئيـة[١٧] التـي في حـد ذاتهـا هـي عـلاج للإنسـان العـصري الذي يعـاني القلـق والتوتـر والاكتئاب نتيجـة الزحـام والتلـوث وضغـط العمـل. والمبدأ في السـياحة العلاجية يقوم على دمج الإنسـان مـع الطبيعة البكـر، والسـياحة العلاجيـة البيئيـة لهـا أغـراض متعـددة؛ إذ إنـه إلى جانـب كونهـا نوعًـا مـن أنـواع العـلاج

النفسي وغير النفسي فإنها أيضًا تُعِينُ الجسمَ على استعادة حيويته ونشاطه في أثناء فترة النقاهة من أي مرض. وتتميز السياحة العلاجية البيئية بأنها قادرة على زيادة نشاط التفكير الوجداني، كما أنها تسمو بالروح في أحيان كثيرة.

ونتيجةً لازدهار هذا النوع من السياحة اهتمت العديد من الدول بوجود منتجعات للرعاية الصحية فيها وذلك لغرض الاستشفاء والنقاهة، أو قضاء وقت للراحة النفسية والجسمانية. وتتخذ بعض هذه المراكز كوسيلة لعلاج بعض المرضى النفسيين الذين يعانون فقدان الرغبة في الحياة ويفكرون في الانتحار أو التخلص من حياتهم كنوع من أنواع تشجيعهم على زيادة القابلية والدافعية للحياة والبداية من جديد.

ولهذا فإنه عندما أصبحت فكرة السفر حول العالم آمنة، وسريعة، وغير مكلفة شجع هذا على وجود «مستشفيات المنتجعات الصحية Resort Hospitals» والتي تعد الأساس لصناعة خدمات السياحة الطبية، وبهذا فإن التخطيط لرحلة سياحية طبية يعد مثل التخطيط لإجازة باستخدام وسيط سياحي أو وكيل سفريات «شركات السياحة»[١٨].

وفي رومانيا وسويسرا توجد مصحة العالمة (أنا أصلان Anna Aslan), وتدعي هذه العالمة أن في قدرتها إيقاف زحف الشيخوخة على الإنسان باستخدام علاج اسمه (هـ ٣ H٣) ولم تثبت صحة ذلك حتى الآن وهو ما يسمى بسياحة لاستعادة الشباب[١٩].

وفي هذا السياق أيضًا.. توجد السياحة التجميلية وقد دعمتها دولة « لبنان»، فقد[٢٠] أطلقت شركة Image Concept Inc المتخصصة في السياحة التجميلية برعاية المدير العام لوزارة السياحة وبحضور حشد من الصحافيين والمهتمين في مقر وزارة السياحة في «بيروت».

وتشتهر «كوستاريكا» من الدول الغربية بالسياحة التجميلية؛ حيث[٢١] ترجع بداياتها وأصولها إلى الثمانينيات من القرن الماضي، عندما كان الزائرون - الذين يأتون بصورة عرضية- يبحثون عن عمليات جراحية تجميلية وبمبالغ ضئيلة ومن هنا اشتهرت بهذا النوع من السياحة.

وبشكل عام فقد ذهب بعض الباحثين فيما يخص السياحة العلاجية إلى التمييز بين السياحة العلاجية والسياحة الاستشفائية[٢٢]:

- السياحة العلاجية المقصود بها: السياحة الطبية التي يهدف بها السائح إلى السفر للعلاج أو لإجراء جراحة معينة في أحد المراكز الطبية، وفي هذه الحالة يكون السائح تحت إشراف طبي دقيق وفقًا لحالته المرضية ويحتاج بعدها إلى فترة من النقاهة يقضيها في إحدى المنتجعات ويمكن أن يزاول خلالها بعض الأنشطة السياحية الأخرى وفقًا لحالته الصحية.

- والسياحة الاستشفائية: هي التي تعتمد على توافر خصائص طبيعية محددة تتمثل في مياه أو هواء أو نطاق جبلي ذي موقع منعزل مرتفع المنسوب تشفي من بعض الأمراض سواءً المزمنة منها أم الحادة، وذلك كوسيلة طبيعية بديلة عن الأجهزة الطبية المشعة أو المركبات الدوائية. وفيها يقيم السائح في المصحات المختلفة أو في المنتجعات الصحية التي تتمتع بالخصائص الطبيعية للعناية بالصحة العامة. ومن أشهر مصحات الاستشفاء في العالم مصحة دافوس Davos ومصحة ليسين Leysin وبيرك Berck في سويسرا.

- وبالنسبة للدول العربية[٢٣] تتوافر في بلدان الوطن العربي كل مقومات نجاح صناعة السياحة العلاجية والاستشفائية، وهي مقومات طبيعية بالدرجة الأولى بدأت في السنوات الأخيرة تتعزز بإنشاء مرافق الخدمات الأساسية بالإضافة إلى بروز مرافق الخدمات الأساسية وبروز مراكز طبية حديثة تتمتع بوجود كفاءات طبية وعلمية متخصصة ومنافسة لبعض ما هو موجود في الدول المتقدمة، وقد برزت في السنوات الأخيرة مراكز طبية مرموقة في عدد من الدول العربية استقطبت أعدادًا كبيرة من المرضى الوافدين من دول أقل حظًّا في مستوى الخدمات الطبية. وفي الآونة الأخيرة شهدت عدد من الدول العربية وضع استراتيجيات وخطط بعيدة المدى لإرساء صناعة سياحة علاجية تتكامل فيها عناصر هذه السياحة من مستشفيات ومنتجعات

وكوادر بشرية مؤهلة وبالتنسيق مع الجهات الأخرى ذات العلاقة، وبهذا فإن الصورة المستقبلية لصناعة السياحة العلاجية العربية واعدة ومؤهلة للنجاح ومنافسة للمراكز المشهورة عالميًّا كتلك المزدهرة في دول شرق أوروبا.

هـ- سياحة المهرجانات الفنية:

وقد نشأ هذا النمط من السياحة مع تطور الحركة الفنية على المستوى الدولي، والتي شهدت تنظيم العديد من المهرجانات والمسابقات في مجالات الفنون المختلفة كالمسرح والسينما والفنون الشعبية والفنون التشكيلية. وقد جذبت هذه المهرجانات العديد من السائحين سواءً بغرض المشاركة في فعاليات تلك المهرجانات وأنشطتها أو لمجرد الحضور والمشاهدة والاستمتاع بما يقدم فيها[٢٤].

وتتعدد وتتنوع المهرجانات الفنية التي تُقام من وقتٍ لآخر ما بين الموضوعات التي تتناولها هذه المهرجانات وأماكن إقامتها، ومدى الشهرة التي يحققها هذا المهرجان, وبقدر شهرة هذا المهرجان بقدر ما يعطى الأهمية والثقل الدولي وبالتالي الاستمرارية في الانعقاد، وجذب المزيد من السائحين، وتنشيط وترويج السياحة في هذه الدولة فترة انعقاد المهرجان من كل عام إذا كان المهرجان سنويًّا.

وتتعدد فوائد المهرجانات «السينمائية» ما بين الفوائد الفنية والتجارية والإعلامية، هذا بالإضافة إلى دورها في تنشيط السياحة على مستوى عشاق السينما، وتساعد في تكوين الصور الذهنية عن أماكن وجهات تنظيمها من مدن أو مؤسسات. ومن الملاحظ أن المهرجانات السينمائية أصبحت موجودة في كثير من دول العالم على امتداد قارات العالم في أوروبا وأمريكا الشمالية والجنوبية وأفريقيا وآسيا والدول العربية[٢٥].

وقد حققت العديد من المهرجانات في عدد من الدول العربية شهرة ونجاحًا واسعًا مثل مهرجان القاهرة السينمائي الدولي، ومهرجان دبي السينمائي الدولي، ومهرجان جرش في الأردن، ومهرجان قرطاج في تونس، ومهرجان القاهرة للإعلام العربي. كما تزداد شهرة المهرجان إذا ارتبط بعادات وتقاليد وثقافة مجتمع معين,

واستطاع أن يعبر من خلال فعالياته المختلفة عن البيئة المرتبط بها والطابع المحلي الخاص به، وخاصة أنه يمكن للمهرجان بذلك أن يتخطى نطاق المحلية ويكتسب شهرة عالمية, مثل: مهرجان الفنون الشعبية بالإسماعيلية، ومهرجان الهجن في شمال وجنوب سيناء.

وقد حقق مهرجان دبي السينمائي الدولي شهرة واسعة على المستويين العربي والعالمي، ونجح في استقطاب الكثير من الفنانين والمبدعين حول العالم، وقد[٢٦] انطلق هذا المهرجان في ديسمبر ٢٠٠٤ تحت شعار «ملتقى الثقافات والإبداعات»، ويُعقد مهرجان دبي السينمائي الدولي بدعم من رئيسه الفخري سمو الشيخ أحمد بن سعيد آل مكتوم، وهو حدث ثقافي غير ربحي تنظِّمه سلطة المنطقة الحرة للتكنولوجيا والإعلام في دبي، وقد حظي شعار المهرجان «ملتقى الثقافات والإبداعات» باهتمام الجميع نظرًا لما يعبِّر عنه من التشجيع على فهم الآخرين، والاحترام المتبادل بين مختلف الشعوب والدول والديانات والأعراق.

وقد أصبح مهرجان دبي السينمائي الدولي منذ تأسيسه وجهة مهمة لصنَّاع السينما في المنطقة وحول العالم، ليتحوَّل إلى قاعدة قوية لتسهيل التعاون المشترك بينهم. وقد ترك المهرجان بصمة واضحة على ضيوفه بما قدَّمه من فعاليات وورش عمل وندوات وجلسات حوارية مع تقديم باقة من أروع الإبداعات السينمائية من جميع أنحاء العالم، إضافة إلى ما يتمتع به من مكانة بارزة في الدعوة إلى التبادل الثقافي، والتقريب بين مختلف الثقافات والحضارات والشعوب، بالاعتماد على الإبداع السينمائي كوسيلة لفتح باب الحوار، تأكيدًا على شعار «ملتقى الثقافات والإبداعات»[٢٧].

و- سياحة المؤتمرات:

تعتبر سياحة المؤتمرات من الأنماط السياحية الحديثة التي ظهرت في أواخر القرن العشرين؛ حيث ارتبطت ارتباطًا كبيرًا بالنمو الحضاري الكبير الذي يشهده

العالم في السنوات الأخيرة وما تبع هذا النمو من تطور كبير في العلاقات الاقتصادية والسياسية والثقافية والاجتماعية بين معظم دول العالم. ولسياحة المؤتمرات نوعية خاصة من السائحين الذين يسافرون من مكان لآخر داخل الدولة أو من دولة إلى أخرى لحضور مؤتمرات ذات طابع علمي، أو سياسي، أو ثقافي، أو اجتماعي، وتمثل سياحة المؤتمرات حاليًّا نسبة ١٥٪ من تقسيم اتجاهات السياحة الدولية، ولذلك أصبحت من أهم أنماط السياحة الواعدة[٢٨].

وتعرف سياحة المؤتمرات بأنها تطور لصناعة السياحة عن طريق تنظيم مؤتمرات دولية مهمة، وتمتاز سياحة المؤتمرات الدولية بضخامة الحجم، وعلوٍّ الدرجات، وانخفاض التكلفة، وطول الإقامة، ووفرة الأرباح، ولها دورها الدافع في تطوير المدن المضيفة. وأوضح خبراء السياحة أن مؤتمرات مختلفة الأنواع تقام في مختلف مناطق العالم، تصل تكاليفها إلى أكثر من ٢٨٠ مليون دولار أمريكي, ونتيجة هذه القوة الكامنة لهذه المؤتمرات وعوائدها الضخمة تأمل دول كثيرة في استضافة هذه المؤتمرات، وأشار المحللون المعنيون إلى أن صناعة سياحة المؤتمرات ستتحول تدريجيًّا إلى صناعة لها مستقبل أفضل من غيرها في المستقبل القريب؛ لأن التكامل الاقتصادي قد جعل النشاطات التجارية تزداد يومًا فيومًا في العالم[٢٩].

ونتيجةً لهذا التطور الهائل في صناعة سياحة المؤتمرات اهتمت العديد من الدول بتخصيص وإعداد مناطق خاصة لإقامة المؤتمرات واستضافة المؤتمرات الدولية والإقليمية والمحلية، وتعتبر مدينة «شرم الشيخ» المصرية من المدن التي اشتهرت بسياحة المؤتمرات، واستضافت أهم المؤتمرات الدولية، وكذلك تتميز «مصر» بوجود مركز القاهرة الدولي للمؤتمرات والمعد والمجهز بأحدث الأجهزة السمعية والبصرية وأجهزة الترجمة الفورية بمختلف اللغات، وكذلك تميزت دولة «سويسرا» بالدور الفاعل في إقامة واستضافة المؤتمرات المختلفة.

وقد أصبحت « إمارة دبي» أكبر مركز للمعارض في الشرق الأوسط، ونالت مؤخرًا لقب أفضل مركز للمؤتمرات في العالم، فهي تتمتع بموقع نموذجي لجميع أنواع المعارض التجارية والاجتماعات في العالم، وتتمتع المدينة بوجود تسهيلات وخدمات، مع وجود العديد من أرقى نشاطات ومرافق الجذب السياحي، وهذا يعني أن المنظمين والوفود يمكنهم الاعتماد على حد سواء على فعاليات تجارية فعالة وناجحة في بيئة تتميز بالرفاهية وتقدم نطاقًا متميزًا من المنتديات الترفيهية. وتمثل سياحة المؤتمرات والمعارض في دبي حاليًا ما يعادل ٤٠٪ من إجمالي حجم السياحة فيها. فيما يتم وضع خطط لزيادة هذه النسبة في ظل توافر البنية التحتية المؤهلة لاستقبال هذا النوع من السياحة؛ حيث إن «مكتب دبي للمؤتمرات» يتعامل في هذا الجانب بصورة تجارية بحتة بهدف دعم مراكز المؤتمرات في «دبي» ودعم القطاع الفندقي وخاصة الفنادق المخصصة في هذا النوع من السياحة[٣٠].

ز- السياحة الثقافية:

تعد السياحة كنشاط لها جانب ثقافي أساس من مكوناتها كظاهرة إنسانية؛ حيث إن مجرد التنقل من مكان إلى آخر نشاط ينطوي على الحصول على معلومات وإشباع الرغبة في المعرفة والاطلاع على ثقافات أخرى ومعالم مختلفة تثري الجانب المعرفي والثقافي لدى السائح.

وتتضمن السياحة الثقافية الأنشطة التي يقوم بها السائحون بهدف التعرف على معلومات جديدة تثري تجاربهم وتتيح لهم جوانب حديثة ليس لديهم خبرة مسبقة عنها، أو تضيف إلى معلوماتهم وخبراتهم إضافات أخرى، ومن أمثلة هذا النوع من السياحة زيارة معارض الكتب المختلفة، حضور المعارض والندوات الثقافية التي تقام بشكل دوري، زيارة المعالم الأثرية التي توجد في كل دولة والمتاحف التي تزخر بالعديد من الآثار والتحف والاستفادة من المعلومات المقدمة عن هذه الأماكن والآثار العريقة.

وتعـد «السـياحة التاريخيـة» جـزءًا مـن السـياحة الثقافيـة, والتـي تقـوم عـلى التعـرف عـلى تاريـخ وحضـارة شـعب أو دولـة أو منطقـة مـا، وإثـراء معـارف السـائح بمثـل هـذه المعلومـات التـي يحـرص كثـير مـن السـائحين عـلى إشـباع رغبتهـم في هـذا الجانـب بشـكل رئيـس عنـد زيـارة أي مـكان، وتشـمل برامـج السـياحة التاريخيـة ما يـلي[٣١]:

- سياحة الآثار:

هـذا النـوع مـن أنـواع السـياحة يتـم في المـكان نفسـه، وهنـاك طائفـة مـن السـياح مغرمـون بمشـاهدة الأماكـن الأثريـة بدرجـة كبـيرة جـدًّا.

- نوع يرتبط بالأماكن التي حدثت فيها أحداث هامة:

مثـل: منطقـة العلمـين قـد شـهدت معـارك شـديدة الوطـأة بـين الألمـان والإيطاليـين مـن جهـة، والحلفـاء مـن جهـة أخـرى، ولا تـزال مقابـر الجنـود الذيـن اشـتركوا في هـذه المعـارك تمثـل مـزارًا سـياحيًّا لذويهـم وأقاربهـم.

- سياحة أماكن المشاهير:

هـذا النمـط مـن أنمـاط السـياحة يهتـم بالمشـاهير ومعرفـة أيـن ولـدوا وعاشـوا, فهـو يهتـم بفئـة خاصـة منهـم وهـذه الفئـة هـي المشـاهير الذيـن قدمـوا للإنسـانية روائـع وعطـاء متجـددًا وإبداعًـا يـدوم مـدى الدهـر، وقـد يكـون مـن بـين أولئـك المشـاهير قـادة عسـكريون أو فنانـون كبـار أو فلاسـفة.

ويسـاعد عـلى رواج هـذا النـوع مـن أنـواع السـياحة أن تقـوم الدولـة بتحويـل العديـد مـن بيـوت المشـاهير إلى متاحـف ومثـال ذلـك:

- بيت الأمة (بيت سعد زغلول).
- متحف أم كلثوم.
- منزل محمد عبد الوهاب.

- منزل عباس محمود العقاد.

- بيت بَيرم التونسي.

ح- سياحة رجال الأعمال:

وهـي التـي تمثـل نشـاط رجـال الأعـمال في الانتقـال والإقامـة في الـدول المختلفـة لإتمـام الصفقـات والاتفاقيـات التجاريـة، أو المشـاركة في المعـارض التجاريـة العالميـة. ويعـد هـذا النمـط مـن السـياحة نشـاطًا حديثًـا ارتبـط بتدفـق رءوس الأمـوال وزيـادة المشـاركة الدوليـة في مجـال الاسـتثمارات والـشركات متعـددة الجنسـيات؛ مـما دفـع العديـد مـن رجـال الأعـمال إلى الانتقـال عـبر مختلـف الـدول سـعيًا لعقـد الصفقـات وإبـرام معاهـدات وبروتوكـولات التعـاون الاقتصـادي؛ الأمـر الـذي يحتـاج إلى توفـير وتسـهيل مهمـة رجـال الأعـمال لاسـيما أن هـذا النمـط مـن السـياحة يتميـز بمسـتوى الإنفـاق المرتفـع سـواءً في أماكـن الإقامـة أو الخدمـات السـياحية الأخـرى[٣٢].

وذهـب بعـض الباحثـين إلى تسـمية هـذا النـوع مـن أنـواع السـياحة بالسـياحة التجاريـة لمـا ينـدرج تحـت هـذا النـوع مـن السـياحة مـن إبـرام الصفقـات التجاريـة والمنافـع الاقتصاديـة والربحيـة التـي تعـود عـلى الأفـراد مـن هـذا النشـاط، ويعـد هـذا النشـاط الإنسـاني نشـاطًا مزدوجًـا مـن حيـث القيـام بالعمـل والتجـارة, وأيضًـا الترفيـه والاسـتجمام في مـكان مختلـف عـن مـكان الإقامـة الأصليـة.

واهتمـت «أبـو ظبـي» بهـذا النـوع مـن السـياحة وأنشـأت فنـدق «كريسـتال»، وهو فنـدق مخصص لخدمـات رجـال الأعـمال مـن حيـث التصميـم وتجهيـزات القاعـات والغـرف الفندقيـة. ويقـع[٣٣] في قلـب مدينة» أبـو ظبـي» عـلى مقربـة من سـوق مدينـة زايـد، ومركـز أبـو ظبـي التجـاري، وحديقـة العاصمـة. ويتمتـع فنـدق «كريسـتال أبـو ظبـي» بتجهيـزات مناسـبة لرجـال الأعـمال؛ حيـث تشـتمل تسـهيلات رجـال الأعـمال في هـذه المنشـأة السـياحية مـن فئـة أربعـة نجـوم على مركـز رجـال الأعمال وقاعـات اجتماعـات صغيرة وقاعـة اجتماعـات أو مؤتمـرات.

وفيـما قـدم الجـزء السـابق أنـواع السـياحة التـي يمكـن أن تنـدرج تحـت الأنـواع التقليديـة للسـياحة، يهتـم الجـزء التـالي بتقديـم الأنـواع الحديثـة للسـياحة؛ حيـث تتنافـس كل دولـة في اسـتحداث بعـض الأنـواع والأنشـطة الحديثـة التـي يمكـن أن تعتـبر نشـاطًا سـياحيًا تتميـز بـه منطقـة عـن أخـرى وتحـاول هـذه الأنـواع أن تشـبع رغبـات ودوافـع السـائحين والذيـن تتطـور رغباتهـم ودوافعهـم مـع الوقـت وتماشـيًا مـع العـصر الحديـث وتطوراتـه المتلاحقـة والسريعـة، ويسـعى السـائح لخـوض هـذه التجربـة التـي قـد تتميـز بالاختـلاف والإثـارة والغرابـة بالنسـبة لـه.

- الأنواع الحديثة للسياحة:

يُقصـد بالسـياحة الحديثـة «New Tourism» الاتجـاه الحديـث الـذي ظهـر في دوافـع واتجاهـات السـائحين وذلـك في مواجهـة السـياحة الجماعيـة «Mass Tourism» والتـي تعـزى إليهـا التأثـيرات السـلبية عـلى مقومـات الجـذب السـياحي سـواءً كانـت هـذه المقومـات قيـمًا طبيعيـة أو مـن صنـع الإنسـان. وأهـم مـا يميـز هـذا الاتجـاه الجديـد هـو توافـق التغـيرات التـي طـرأت عـلى أسـلوب التعامـل مـع الأنشـطة المتعلقـة بهـذه الصناعـة نتيجـة اسـتخدام التكنولوجيـا الحديثـة، مـع التغـيرات التـي طـرأت أيضًـا عـلى العمـلاء الجـدد واتجاهاتهـم إلى مقاصـد سـياحية تتميـز بمسـتوى عـالٍ مـن المحافظـة عـلى البيئـة مـع مـا تتمتـع بـه مـن ثقافـة وحضـارة[٣٤].

وتتعـدد أنـواع الأنشـطة السـياحية التـي تنـدرج تحـت تصنيـف الأنـواع الحديثـة للسـياحة والتـي تُعنـى بملاحقـة ومجـاراة التطـور والتغـير المتلاحـق في المجتمـع، وفيـما يـلي إلقـاء الضـوء عـلى هـذه الأنـواع:

أ- سياحة المغامرة:

وهـذا النـوع مـن السـياحة موجـه للمجموعـات السـياحية التـي تهـدف إلى ممارسـة ومعايشـة خصائـص معينـة، وهـي تعتمـد عـلى طـول فـترة إقامـة السـائح بحيـث تسـمح لـه هـذه الإقامـة بالترفيـه والاسـتجمام وفي الوقـت نفسـه التعايـش مـع العـادات والتقاليـد والمناظـر الطبيعيـة المتوفـرة في هـذه المنطقـة[٣٥].

وتنطـوي سـياحة المغامـرة عـلى ممارسـة أي نشـاط يكـون الهـدف مـن ورائـه التمتـع بأسـلوب مختلـف مـن حيـث خـوض التجـارب الجديـدة ومعايشـة أنمـاط مختلفـة مـن البـشر، وممارسـة أنشـطة غـير مألوفـة وبهـا قـدر مـن المخاطـرة والمجازفـة، بمـا فيهـا مـن صعـود الجبـال العاليـة مثـلًا، زيـارة الغابـات ومـا بهـا مـن حيوانـات مفترسـة ومتوحشـة، النـزول إلى أعـماق البحـار والمحيطـات ورؤيـة مـا تحتـوي عليـه مـن أسـماك مفترسـة وخطـيرة، تجربـة العيـش في الصحـارى والعـودة للحيـاة البدائيـة دون وجـود مـا تعـود عليـه الإنسـان مـن مقومـات للعيـش.

ويكـون الدافـع مـن وراء هـذا النشـاط السـياحي المثـير هـو تجربـة المغامـرة والاختـلاف والبعـد عـن المألـوف وقـد يسـتمتع البعـض أيضًـا بخـوض التجـارب التـي بهـا قـدر مـن المجازفـة والمخاطـر لمـا يجدونـه في ذلـك مـن متعـة قـد لا يحظـى بهـا الكثـير وفيهـا نـوع مـن الشـجاعة والإقـدام.

وقـد اهتـم برنامـج «توبقـال» المقـدم عـلى «الفضائيـة المغربيـة» بتقديـم فقـرة ثابتـة ضمـن البرنامـج بعنـوان «مغامـرة واستكشـاف» ويهتـم مـن خلالهـا البرنامـج بتقديـم نشـاط سـياحي ينطـوي عـلى المغامـرة كتسـلق جبـال معينـة أو السـير في الصحـراء، وتقديـم أماكـن مختلفـة في «المغـرب» يمكـن للسـائح أن يمـارس فيهـا سـياحة المغامـرة واستكشـاف مـا يوجـد في الدولـة مـن مغريـات وأماكـن جـذب سـياحي.

ب- سياحة المناسبات التاريخية:

قـد يثـير خيـال بعـض الأفـراد وحنينهـم إلى حيـاة الأجـداد مـا يدفعهـم إلى زيـارة الأماكـن التـي كان يعيـش فيهـا هـؤلاء الأجـداد بعيـدًا عـن المدينـة وصخبهـا. وهكـذا, فـإن سـياحة المناسـبات التاريخيـة تتحـول إلى سـياحة للجـذور «Root Tourism»؛ حيـث ينهـل السـائح مـن عطـاء الحيـاة في القريـة بعيـدًا عـن صخـب حيـاة المدينـة ومـا يصاحـب هـذا الصخـب مـن تلـوث، وهـذا النـوع مـن السـياحة يخاطـب الأبنـاء والأحفـاد لزيـارة الوطـن الأم ولـو لفـترات قصـيرة، كـما أنـه يـؤدي إلى الترابـط بـين المهاجريـن والذيـن مازالـوا يعيشـون في الوطـن الأم[٣٦].

وقـد يفيـد هـذا النـوع مـن السـياحة في الـدول التـي توجـد بهـا نسـبة كبـيرة مـن المهاجريـن عـن الوطـن للخـارج، حيـث يعـد مـن الوسـائل لربـط هـؤلاء المهاجريـن بالوطـن الأم وتقريبهـم مـن الوطـن، وجـذب حنينهـم إلى وطنهـم وأُسرهـم وأقاربهـم. وقـد يفيـد هـذا في تشـجيع السـياحة الداخليـة لهـذا الوطـن مـن خـلال قطـاع مـن السـكان الأصليـين الذيـن هاجـروا وكمحاولـة للإبقـاء عـلى وجـود صلـة بـين المهاجـر ووطنـه الأم.

وقدمــت «الفضائيــة المغربيــة» في موســم صيــف ٢٠١٢ حملــة إعلاميــة تتمحــور فكرتهــا حــول جـذب المهاجريـن المغاربـة لقضـاء عطلتهـم وإجازتهـم في وطنهـم الأم، وأطلقـت عليهـا «حملـة مرحبـا» للترحيـب بالمهاجريـن المغاربـة مـن مختلـف أنحـاء العـالم، وتشـجعيهم عـلى التواصـل الدائـم مـع أسرهـم وأصدقائهـم، وجذبهـم لعاداتهـم وتقاليدهـم حتـى لا ينفصلـوا عنهـا، وكذلـك تسـعى «لبنـان» إلى هـذا النـوع مـن السـياحة نظـرًا إلى وجـود عـدد مـن اللبنانيـين مهاجريـن خـارج الوطـن, وبذلك تسـعى وسـائل الإعـلام اللبنانيـة إلى جـذب هـؤلاء المواطنـين إلى وطنهـم وربطهـم بجذورهـم وعاداتهـم وتقاليدهـم.

جـ - سياحة حسب العمر:

مـن الأنـواع السـياحية التـي بـدأت في النمـو والانتشـار برامـج سـياحية تأخـذ في اعتبارهـا الفئـة العمريــة للســائح وعــلى هــذا الأســاس تصمــم الشركــة الســياحية البرنامــج الســياحي ليفــي برغبــات ومتطلبـات السـائحين مـن هـذا العمـر, وبهـذا يكـون البرنامـج السـياحي والنشـاط المصاحـب ذا فائـدة كبـيرة ويحقـق أقـصى درجـات الاسـتفادة للسـائحين المشـتركين فيـه مثـل سـياحة الصغـار «الأطفـال»، وسـياحة المراهقـين، وسـياحة الشـباب، وسـياحة كبـار السـن.

وتشـجيعًا لسـياحة الشـباب فقـد قـرر المجلـس الـوزاري العـربي للسـياحة في دورتـه الرابعـة عـشر والمنعقـدة في «الأردن»[٣٧] دعـوة الـدول العربيـة إلى المشـاركة في برنامـج «اعـرف وطنـك العـربي لسـياحة الشـباب» إمـا بتنظيـم جـولات سـياحية أو بترشـيح شـباب للمشـاركة في هـذه الجـولات وموافـاة الأمانـة الفنيـة قبـل سـتة أشـهر مـن موعـد الجولـة بالترتيبـات المتخـذة في هـذا الشـأن.

وبالنسبة لسياحة كبار السن «سياحة المسنين» فهي تعتبر من الظواهر المتنامية في النشاط السياحي في الوقت الحالي، والتي سوف تعتبر أحد المصادر الرئيسة للدخل القومي، وتعتقد منظمة السياحة العالمية WTO أن الدخل المتوقع من هذا النمط سيصل إلى حوالي ٦ أو ٧٪ من الدخل الإجمالي للسياحة سنويًا. ومن أهم مظاهر الاهتمام بهذا النمط إعلان الأمم المتحدة عام ١٩٩٩ العام العالمي للمسنين، ودعت إلى تنشيط السياحة الخاصة بكبار السن، وطبقًا لآخر إحصاء عالمي يؤكد أنه بحلول عام ٢٠٢٥ سيكون معظم سكان العالم من المسنين ولذلك فمن المهم توجيه الاهتمام بالتخطيط لأنشطة خاصة بكبار السن ودعم برامج سياحة المسنين والتأكيد لهم بأن مكانتهم محفوظة في المجتمع, وأنه باستطاعتهم المشاركة في كل النشاطات المختلفة[٣٨].

ويكون الاهتمام بسياحة كبار السن اهتمامًا خاصًّا من حيث توفير برامج مناسبة لهم لممارسة أنشطة تناسب أعمارهم، وضرورة توفير الطعام الصحي الخاص بهم والرعاية الصحية اللازمة ليشعروا بمدى أهميتهم وضرورة المشاركة الجماعية لهم في أنشطة مشتركة فيما بينهم ليشعروا بمدى الألفة والمشاركة الوجدانية مع أشخاص يماثلونهم في الظروف والنمط المعيشي, وبهذا يساعد هذا النوع من السياحة على رفع الروح المعنوية لهم وإشعارهم بقيمتهم في الحياة والدور الذي يمكن أن يقوموا به.

وقد راهنت دول عديدة على هذا النوع من السياحة، بل اعتبرت هذه الدول أنه يمكن أن يتم تنشيط هذا النوع من السياحة العمرية خاصة في أوقات انخفاض الإقبال السياحي وبعيدًا عن ذروة المواسم السياحية حيث يعد الجمهور المستهدف من هذا النوع متواجدًا بالفعل في كل دولة ولهم متطلبات خاصة يجب إرضاءها.

د- سياحة متحدي الإعاقة والمكفوفين:

تعد سياحة متحدي الإعاقة من أنماط السياحة الحديثة التي تهتم بها العديد من الدول خاصةً, ولأنهم أصبحوا يمثلون شرائح كبيرة من السياح ذوي الدخول

المرتفعـة، ويعـد الهـدف الرئيـس لسـياحة متحـدي الإعاقـة هـو التعامـل مـع المُعـاق عـلى أنـه سـائح عـادي يجـب أن يحصـل عـلى حقوقـه مـن القيـام بالأنشـطة السـياحية[٣٩].

وهـذا النـوع مـن السـياحة يقـوم عـلى الاهتـمام بشرائـح معينـة، وتخصيـص برامـج سـياحية ملائمـة لهـم ولظروفهـم، وإيمانًـا مـن المجتمـع بحقهـم في ممارسـة النشـاط السـياحي بكافـة صـوره وأنواعـه واختيـار الملائـم لهـم مـن النشـاط دون أن تكـون الإعاقـة عائقًـا يحـول دون ذلـك، كـما أن هـذه البرامـج التـي تقـدم وتعـد خصيـصى لهـم قـد تسـاهم في المشـاركة الوجدانيـة للمعـاق حينـما يجـد معـه مـن يشـاركه الظـروف والمتطلبـات نفسـها دون أن يشـعر بحـرج مـا مـن وجـوده في أي مـكان أو أي نشـاط.

وقـد أنشـئت سـنة ١٩٧٦ في الولايـات المتحـدة جمعيـة تطويـر سـياحة المعاقـين (Society for The Advancement of Travel for The Handicapped) ومهمـة هـذه الجمعيـة جـذب السـائحين ذوي الإعاقـة للقيـام بالنشـاط السـياحي ومحاولـة إشعارهـم أنهـم كغيرهـم مـن السـائحين العاديـين، وأعلنـت الأمـم المتحـدة أن عـام ١٩٨٠ هـو عـام دولي لمتحـدي الإعاقـة وسـاعد في ذلـك إصـدار العديـد مـن التشريعـات الخاصـة بـذوي الإعاقـة في أوروبـا وأمريكـا والتـي تعمـل عـلى تشـجيع هـذا النمـط مـن السـياحة وتوفـير كافـة الاحتياجـات والتسـهيلات المطلـوبة لهـذا النـوع مـن السـائحين، كـما «اهتمت» النمسا منـذ حوالي ثلاثـين عامًـا بسـياحة المعاقـين فشـكلت جمعيـة قطـار الشـمس لمتحـدي الإعاقـة, وهـي تقـوم بتنظيـم رحـلات سـياحية لمتحـدي الإعاقـة بالقطـار وتشـارك «مـصر» فيهـا بحـوالي ثلاثـة أو أربعـة معاقـين سـنويًّا مـع مرافـق[٤٠].

هـ- سياحة العزلة[٤١]:

(أو مـا يطلـق عليهـا منتجعـات العزلـة) Retreat Resorts وقـد أصبـح هـذا النـوع مـن المنتجعـات مـن المناطـق السـياحية المفضلـة في جميـع أنحـاء العـالم، وتتميـز هـذه المنتجعـات بصغـر حجمهـا ودقـة تخطيطهـا وشـمولها، ويتـم عـادة اختيـار مواقعهـا في مناطـق بعيـدة عـن المناطـق المأهولـة مثـل: الجـزر الصغـيرة أو الجبـال، والوصـول إليهـا يتـم بواسـطة القـوارب، والمطـارات الصغـيرة أو الطـرق البريـة الضيقة.

و- السياحة التطوعية:

تقوم فكرة السياحة التطوعية على وجود مجموعتين من المنظمات الداعمة لهذا النوع من السياحة، منظمات مرسلة «Sending Organization» ومنظمات مستقبلة أو مضيفة «Host Organization» بمعنى أنها تكون منظَّمة ومقنَّنة ويشرف عليها من قبل الدولة التي ترسل هذه المجموعات والدولة التي تستقبل هذه المجموعات؛ إذ الهدف الأساسي لهذا النوع من السياحة هو تبادل الثقافات والمساعدة في تغيير الصور النمطية السلبية عن دولة ما، بل تعزيز الصورة الإيجابية عن هذه الدولة وذلك بهدف تنشيط السياحة والمساهمة في التنمية السياحية لدولة أو منطقة ما, ولهذا يشرف عليها مؤسسات ومنظمات مخصصة لهذا الهدف.

وهي نشاط يزداد شعبية والذي فيه يشترك الأفراد في النشاط السياحي بالعمل التطوعي، وبشكل عام فإن الدراسات السابقة المتوفرة تقدم رؤية متفائلة عن السياحة التطوعية وتوفر صيغة متبادلة للسياحة والفهم بين الثقافات التي ينتمي لها الأفراد المشتركون فيها، كما أنها تسهل عملية التنمية السياحية. وبالرغم من هذا فقد أثبتت الدراسات الأكثر حداثة أنه إذا لم يتم إدارة برامج السياحة التطوعية بشكل أكثر حرصًا؛ فإن هذا يمكن أن يؤدي إلى سوء فهم بين الثقافات, وتدعيم أكثر للصور النمطية الثقافية، وقد أثبتت دراسة أن تنمية الفهم المتبادل بين الثقافات يجب أن يتم إدراكه كهدف للسياحة التطوعية أكثر منه نتيجة طبيعية لإرسال المتطوعين إلى الأماكن المختلفة[٤٢].

وإيمانًا من بعض الدول بأهمية هذا النوع من السياحة فقد اهتمت هذه الدول بجعل هذا النشاط السياحي من الأنشطة التي يمارسها الأفراد بشكل دوريٍّ ومستمر مثل بعض الدول الأوربية وتحديدًا «المملكة المتحدة»؛ حيث تنتشر السياحة التطوعية وبخاصة في عام الفجوة بين المدرسة الثانوية والدراسة الجامعية، أو بعد التخرج مباشرة؛ إذ يعتبر هذا النشاط من الأنشطة التطوعية التي تساهم في تقديم خدمة

لوطنهـم وتشـجيع التبـادل السـياحي والثقـافي بـين الـدول وبعضهـا، بمعنـى أن هـذا النـوع مـن السـياحة يسـهم في تعزيـز الجانـب الثقـافي للسـياحة.

وأحيانًـا قـد يدعـم هـذا النـوع مـن السـياحة بعـض الأسر التـي تسـتضيف الأفـراد المتطوعـين لديهـا حتـى يندمجـوا في عاداتهـم وتقاليدهـم ومجتمعهـم ويتعرفـوا أكـثر عـلى لغتهـم, وبهـذا يكـون مسـاعدة لهـم عـلى الاندمـاج في هـذا المجتمـع بشـكل أكـثر تغلغـلًا وقربًـا مـن هـذه الثقافـة, وبالتـالي تكـون السـياحة التطوعيـة نوعًـا مـن التواصـل الثقـافي, ومفيـدة جـدًّا لدعـم السـياحة وخاصـة عـلى المسـتوى الشـعبي ومسـتوى المواطنـين وليـس فقـط المسـتوى الحكومـي أو مسـتوى الدولـة.

ز- سياحة مشاهدة الآثار الغارقة[٤٣]:

ابتكـرت شركات السـياحة الأمريكيـة برامـج سـياحية جديـدة مـن نوعهـا وهـي إتاحـة الفرصـة لهـواة المغامـرات البحريـة لرؤيـة ومشـاهدة الآثـار الغارقـة ورؤيـة عمـل منقبـي الأعـماق مـن خـلال شاشـات موجـودة في حجـرات سـفن التنقيـب التـي أعلنـت بعضهـا تنظيـم رحـلات مـن هـذا النـوع.

ومـن أكـثر مناطـق المسـح التـي تجوبهـا سـفن التنقيـب عـن الكنـوز الغارقـة (البحـر المتوسـط، وجـزر الكاريبـي، وجـزر الفلبـين)، أمـا في «الإسـكندرية» فقـد تـم الإعـلان عـن مـدن إغريقيـة كاملـة غارقـة فيهـا ويجـرى البحـث عنهـا حاليًّـا في الأعـماق.

وأنشـأت كثـير مـن الـدول متاحـف كبـيرة لكنـوز البحـر مـن السـفن والمواقـع والسـبائك الذهبيـة والآثـار التـي تنقـل السـائح لأعـماق البحـار، وأصبحـت هـذه المتاحـف مقصـدًا للسـياح ومـن أهـم مظاهـر الجـذب السـياحي، ففـي «الإسـكندرية» توجـت الجهـود في عـام ٢٠٠٠ لفريـق مـصري فرنـسي ضـم غواصـين ومتخصصـين في الآثـار وعلـماء حفريـات بـأن عـثر عـلى كنـز مـن الذهـب الأسـباني ومواقـع وبنـادق وفخاريـات وأوسـمة وعمـلات فرنسـية وأسـبانية ومالطيـة وتركيـة ترجـع إلى القـرون الماضيـة, وقـد وقـف العـالم مبهـورًا أمـام هـذا الكنـز.

وفي «كوبا» تنبهت إلى أنها تملك كنوزًا من الذهب غارقة في أعماق البحار تكفي لحل أزماتها المالية, فقامت الحكومة بتأسيس شركة يعمل بها شباب الحزب الحاكم فقط وتكون مهمة هؤلاء الشباب الغوص, وتوفر لهم الحكومة مزايا كثيرة ويقدر الخبراء أن عمل يوم واحد يجلب للحكومة مليون دولار، وفي الواقع فإن الكنوز الأثرية الغارقة قد أصبحت هدفًا لكثير من الشركات والدول والمغامرين, وهو ما يشهد على مؤلفات الجغرافيين القدامى وخبراء المسح البحري التكنولوجي.

ح- سياحة مراقبة الحياة البرية:

وهو نوع من أنواع السياحة التي تراعي البيئة وتعنَى بمراقبة الحياة البرية وما فيها من طيور وحيوانات وحشرات في أماكنها الطبيعية، وتشتهر بعض المناطق بمثل هذا النوع من الأنشطة مثل [٤٤]:

- سياحة مراقبة الفراشات بالمكسيك, حيث تمتاز منطقة «مونارك Monark» بوسط المكسيك بالهجرة السنوية لبلايين الفراشات إليها، وقد أقام القطاع الخاص مشروعًا سياحيًّا بها يجذب سنويًّا أكثر من ١٠٠ ألف سائح من هواة مراقبة الفراشات، وقد خصص جانب من دخل هذه المنطقة في تحسين الطرق والممرات والاهتمام بزراعة الأشجار.

- وأيضًا سياحة مراقبة الطيور بجزيرة سكومر «Skomer» بإنجلترا, حيث تشتهر هذه الجزيرة التي تقع على أحد سواحل «مقاطعة ويلز» بأنها موطن للعديد من الطيور البحرية النادرة والتي تجذب هواة مراقبة الطيور, حيث يصلون إليها بقوارب صغيرة ويقوم السكان المحليون بخدمة الزائرين سواءً في أماكن الإقامة أو القوارب التي يفدون بها من الساحل، كما أقيمت الممرات ونقاط مراقبة الطيور وتحديد عدد الزائرين اليومي الذي يمكن للجزيرة استقباله دون أن يتسبب ذلك في إزعاج الطيور أو التأثير على الهدوء المميز لطبيعة المنطقة.

يتركـز هـواة مراقبـي الطيـور في المملكـة المتحـدة، والولايـات المتحـدة، وهولنـدا، وألمانيـا، والـدول الاسـكندنافية. وكلـما زادت التسـهيلات المقدمـة لهـؤلاء السـائحين في بلـد معـين زاد الإقبـال عـلى السـفر لذلـك البلـد، والمثـال عـلى ذلـك منطقـة «بوينـت بيـلي» في كنـدا, حيـث وصـل عـدد السـائحين هنـاك إلى ١٠٠ ألـف سـائح في الموسـم الواحـد؛ نظـرًا إلى الاهتـمام الكبـير بهـذه الهوايـة مـن خـلال المجـلات المتخصصـة والمكتبـات الزاخـرة بكتـب مختلفـة عـن الطيـور والمحـال التـي تبيـع الأدوات المختلفـة لمراقبـة الطيـور, مثـل: التلسـكوبات والمناظـير المكـبرة وآلات التصويـر، كـما يوجـد في «الولايـات المتحـدة وغـرب أوروبـا» حـوالي خمسـين شركـة سـياحية متخصصـة في سـياحة مراقبـة الطيـور، وعـادة يكـون الغـرض مـن الرحـلات السـياحية لمراقبـة الطيـور إمـا لمراقبـة أنـواع مـن الطيـور في بـلاد معينـة أو مراقبـة هجـرة الطيـور ورؤيـة التجمعـات الكبـيرة مثـل «تركيـا والمغـرب»[٤٥].

ط- سياحة الهوايات[٤٦]:

هـذا النـوع مـن أنـواع السـياحة يمكـن إدراجـه في أهـم أنواعهـا ذلـك أن الهـاوي يميـل إلى زيـارة الأماكـن التـي يمـارس فيهـا هواياتـه بشـغف، وهـو قـادر في معظـم الأحيـان عـلى الإنفـاق بسـخاء عـلى هواياتـه هـذه ويـرى السـائح مـن هـذا النـوع أن ممارسـة هواياتـه تشـكل بالنسـبة لـه فـن الاسـتمتاع بالحيـاة مثـل: سـياحة الموسـيقى، والرقـص، والتفكـير والتأمـل، وسـياحة الجمـع والاقتنـاء؛ حيـث يقـوم النشـاط السـياحي الخـاص بهـذا اللـون مـن ألـوان السـياحة عـلى حـب بعـض الأفـراد جمـع أشـياء معينـة, وقـد تكـون هـذه الأشـياء تحفًـا فنيـة، أو لوحـات فنيـة، أو طوابـع بريـد, والسـائح مـن هـذا النـوع يميـل إلى حضـور المـزادات التـي يتـم فيهـا بيـع تلـك المقتنيـات.

ي- السياحة الفضائية[٤٧]:

تحقـق حُلـم البشريـة بالسـياحة في الفضـاء الخارجـي وأصبـح في مقـدور الشـخص القيـام برحلـة حـول الأرض مـدة ثـلاث سـاعات مقابـل تسـعين ألـف دولار، حيـث فتحـت شركـة بريطانيـة بـاب الحجـز للمواطنـين باعتبارهـا وكيـلًا للشركـة الأمريكيـة التـي تسـتعد

لرحـلات الفضـاء وأعلنـت أن أعـمال الحجـز مبدئيـة وسـيتم إبـلاغ الراغبـين في السـياحة الفضائيـة بالمواعيـد الدقيقـة للرحـلات وأسـعارها النهائيـة وإعـداد السـائح الفضـائي لرحلته سـوف يسـتغرق أسـبوعًا كاملًا ويتـم تدريبـه عـلى ارتـداء بذلـة الفضـاء والسـير دون جاذبيـة أرضيـة ومحـاضرات سـوف يتلقاهـا عـلى أيـدي خـبراء وكالـة الفضـاء الأمريكيـة (ناسـا). وفي مطلـع ٢٠٠١ كان الأمريـكي «دينيـس تيتـو» أول سـائح فضـاء مـن جنـوب أفريقيـا دفـع ٢ مليـون دولار وأعلـن أنـه حقـق كل مـا يهـدف إليـه وأن الرحلـة تسـتحق كل مـا دفـع فيهـا.

تطـرق الجـزء السـابق لعـرض الأنـواع الحديثـة للسـياحة, وتجـدر الإشـارة إلى أن هنـاك أنواعًـا أخـرى مـن السـياحة الحديثـة مثـل: سـياحة نهايـة الأسـبوع Week End التـي تسـتهدف تخفيـف الأعبـاء الماديـة والحياتيـة عـن الشـباب والأسر المختلفـة، وكذلـك سـياحة البالـون الطائـر، وسـياحة التلفريـك، وسـياحة العلاقــات الاجتماعيــة Relationship Tourism لزيــارة الأقــارب والأصدقــاء وعمــل علاقــات اجتماعيــة جديـدة. وجديـر بالذكـر أن هـذه الأنـواع الحديثـة للسـياحة تعتـبر مـن الأنشـطة المحابيـة للبيئـة وبهـذا فهـي بديلـة عـن السـياحة التقليديـة التـي قـد تـضر البيئـة ولا تراعيهـا, مثـل سـياحة ممارسـة هوايـة الصيـد والجـور عـلى الحيـاة البريـة، وبهـذا فـإن هـذه الأنـواع الحديثـة للسـياحة إمـا أنهـا وجـدت بسـبب التطـور والظـروف الحديثـة للمجتمـع أو أنهـا نشـأت للهـروب مـن الحيـاة الصاخبـة وسـلبياتها.

وهــذا مــا دعــا بعــض الباحثــين إلى تســمية هــذه الأنــواع الحديثــة للســياحة بالســياحة البديلــة «Alternative Tourism» والتـي تعـبر عـن النشـاط السـياحي الـذي يقـدم للسـائح, ولا يتسـبب في الوقـت نفسـه بتدمـير البيئـة الطبيعيـة فحسـب, بـل يعمـل عـلى الحفـاظ عليهـا وتحسـين عوامـل الجـذب فيهـا، وقـد اسـتخدم هـذا المصطلـح بكـثرة في السـنوات العـشر الأخـيرة ليـدل عـلى السـياحة التـي لا تسـتهدف المحافظـة عـلى البيئـة الطبيعيـة فقـط, وإنمـا تقـدم الدعـم أيضًـا لتطويـر هـذه البيئـة لمصلحـة السـكان المحليـين والزائريـن(٤٨).

ويلاحظ من خلال عرض الأنواع الحديثة للسياحة فكرة ربط هذه الأنواع بالبيئة واستحداث هذه الأنواع لكونها تكون نشاطًا مفيدًا للبيئة, ويستهدف الحفاظ عليها وهو ما دعا إلى تسمية هذه الأنواع من السياحة بالسياحة البديلة عن السياحة التقليدية التي قد لا تراعي هذا الجانب من الاهتمام بالبيئة، ويلقي الجزء التالي الضوء على مصطلح السياحة البيئية وفكرة السياحة الخضراء كمصطلح ومفهوم عام يحمل في طياته هذه الأنواع الحديثة ويشتمل عليها.

السياحة البيئية «Eco Tourism» = السياحة الخضراء «Green Tourism»:

تطورت حركة السياحة بعد الحرب العالمية الثانية تطورًا كبيرًا ، فبعد انتهاء الحرب العالمية الثانية وإعادة تعمير أوروبا بمشروع مارشال الأمريكي, بدأ الأوروبيون يسافرون خارج بلادهم في رحلات سياحية منظمة محددة التكاليف «Package Tours» نتيجة لما أصابهم من آثار نفسية واقتصادية خلال فترة الحرب لمدة ست سنوات ثم خمس سنوات بعد ذلك أُعِيدَ فيها بناء هيكل الاقتصاد الأوروبي، وعلى ذلك فقد كان عام ١٩٥٠ هو الميلاد الحقيقي للسياحة المنظمة في مجموعات, وتطورت حركة السياحة كثيرًا منذ ذلك الوقت حتى وقتنا هذا, وكان أكبر عامل وراء تقدم السياحة وتزايدها هو انتشار المجموعات المنظمة محددة التكاليف مكونة عنصر السياحة الجماعية أو السياحة ذات الأعداد الكبيرة « Mass Tourism» التي كانت من أهم علاماتها الأعداد الكبيرة التي تعطي اعتبارات قليلة للثقافة والحفاظ على البيئة في المقاصد السياحية[٤٩].

ويمكن للممارسات السياحية السلبية وغير الرشيدة أن تدمر الموارد السياحية التي تتمتع بها أي منطقة؛ حيث يمكن أن تؤدي لتشويه بعض التراث الثقافي والتاريخي لمنطقة ما والناتج عن سوء الاستخدام أو الجور على المناطق الطبيعية المتوفرة في مكان ما، ومن هنا ظهرت الحاجة إلى ما يسمى بالسياحة الخضراء أو السياحة البيئية, حيث يضع هذا النوع من السياحة في اعتباره مراعاة الموارد السياحية والحفاظ عليها

والتصرف اللائق مع المعطيات السياحية لأي دولة ما بما يشكل أكبر الأثر في الحفاظ على الموروث السياحي الذي يميز أي منطقة دون غيرها.

- مفهوم السياحة البيئية:

إن السياحة البيئية ليست مجرد سياحة في البيئة كموضوع أو مادة تستهلك, بل هي سياحة مع البيئة «مع موقف إيجابي مسئول تجاهها»، وهي دور الوعي والثقافة والالتزام ثم الممارسة[٥٠].

مصطلح «السياحة البيئية» هو مصطلح تم تعريفه بطرق متعددة، ويستخدم بشكل عام لوصف الأنشطة السياحية والتي تعمل بتناغم مع الطبيعة وذلك بالتعارض مع أنشطة السياحة الجماهيرية الأكثر تقليدية، وإن تجربة السائح البيئي تتحول من المتعة البسيطة والإمتاع إلى فهم أكبر، وتغيير اتجاهات، وأخيرًا سلوك مسئول تجاه البيئة[٥١].

وقد ظهر مصطلح السياحة البيئية منذ مطلع الثمانينات من القرن العشرين وهو مصطلح حديث نسبيًّا جاء ليعبر عن نوع جديد من النشاط السياحي الصديق للبيئة الذي يمارسه الإنسان محافظًا على الميراث الفطري الطبيعي والحضاري للبيئة التي يعيش فيها ويمارس فيها نشاطه وحياته وهو في الممارسة والحياة ليس حرًّا مطلقًا يفعل ما يشاء دون حساب بل هو حر مسئول عما يفعله, وهو يعيش في إطار المعادلة الآتية: الحرية السياحية = المسئولية البيئية[٥٢].

ويمكن بالتالي القول: إن السياحة البيئية لكي تتحقق فلابد من اعتبار أن الإنسان جزء من الطبيعة وبناءً على هذا فيمكن أن تكون كل أنواع السياحة نوع من السياحة البيئية وهذا ما درجت عليه الأنواع الحديثة للسياحة؛ حيث تهدف في كل نشاط منها إلى الحفاظ على البيئة وعدم الإضرار بها، بينما إذا اعتبرنا أن البشر منفصلون عن البيئة ففي هذه الحالة لا يمكن توقع أي دور مساند منهم لخدمة البيئة وتصبح السياحة البيئية غير ممكنة التحقيق.

وقد ابتكر هذا المصطلح هكتور سيبالوس لاسكوران Hector Ceballos Lascurain والذي عرف السياحة البيئية في عام ١٩٨٠ بأنها: «السياحة التي تتجه إلى الأماكن الطبيعية التي لم تتعرض لأي إهدار أو مسببات تلوث بهدف الدراسة والإعجاب والاستمتاع بالمناظر الطبيعية والحياة البرية ومشاهدة الحيوانات والتعرف على الحضارات القديمة والحديثة المتمثلة في التراث الثقافي والفني لهذه المناطق»[٥٣].

يظهر من التعريفات السابقة «للسياحة البيئية» أنها تركز على فكرة السفر لأماكن طبيعية لم تتعرض للتلوث أو الأذى والتدخل من قبل الإنسان ليستمتع بالمناظر الطبيعية والطبيعة البكر الخالية من التلوث أو هدر الموارد، كما يمكن أن تنطوي السياحة البيئية على ممارسة نوع من أنواع المسئولية البيئية تجاه النشاط السياحي وهو ما ينطبق على أي نوع من أنواع السياحة الذي يمارسه الإنسان بحيث يركز مفهوم السياحة البيئية على فكرة الحفاظ على البيئة والموارد الطبيعية الموجودة في أي مكان, وذلك لضمان استمرارية وبقاء هذه الموارد والمواد الطبيعية السياحية للأجيال القادمة وضمان وجودها لأطول فترة ممكنة, وهو ما يتيح الربط بين ما ينطوي عليه مفهوم السياحة البيئية وفكرة الاستدامة لهذه الموارد ويوضح الجزء التالي المقصود بالربط بين هذين العنصرين.

- السياحة البيئية وفكرة الاستدامة:

إن السياحة البيئية هي سياحة مستدامة Sustainable تتجدد مواردها فلا تنضب بفعل الاستعمال الكثيف كما يحدث الآن.. وعليه فنتائجها في صالح السياحة الوطنية وفي صالح البيئة معًا، وهي في صالح التنمية المحلية والوطنية على المدى المتوسط والبعيد[٥٤].

وتتجه الأنظار في الوقت الحالي إلى السياحة البيئية نظرًا لما تحققه من فكرة الاستدامة والحفاظ على الموارد الطبيعية وعدم إهدار الموارد المتوفرة وهي سياحة تراعي المستقبل والتخطيط للأجيال المقبلة، حيث تراعي الجمع بين تحقيق المنفعة

السياحية والفوائد التي تعود من ورائها وبين استدامة الموارد والحفاظ عليها وتنميتها للأفضل، حيث تأخذ في اعتبارها كل نشاط يقوم به السائح وتهدف السياحة البيئية المستدامة في طياتها إلى تنمية هذا الحس في السائحين وجعله أسلوبًا للحياة ككل.

ولهذا فالسياحة البيئية لها إمكانية استثنائية للعمل كأداة لتحقيق التنمية المستدامة, وبالعكس فإن مبادئ التنمية المستدامة أساسية للسياحة البيئية، وكل من هاتين القوتين لهما بالفعل تأثير قوي على صناعة السياحة[٥٥].

وقد عرفت اللجنة العالمية للبيئة والتنمية مصطلح الاستدامة Sustainability على الوجه التالي: «سد احتياجات الحاضر دون إضعاف إمكانيات الأجيال المقبلة من سد احتياجاتهم»[٥٦].

وذلك انطلاقًا من المبدأ الذي يؤمن بأن الموارد والإمكانات التي تتمتع بها الدولة هي ملك للأجيال الحالية والمقبلة, ولابد لكل جيل أن يراعي هذه الموارد ويحافظ عليها للأجيال التي تليه، ويتضح من التعريفات السابقة مدى أهمية وضرورة السياحة البيئية للمجتمع الذي يطبق قواعد السياحة البيئية ويراعي وجودها وتنميتها في نفوس السائحين إن كانوا من داخل الدولة «السائح المحلي» أو من خارج الدولة « السائح الأجنبي».

وإلى جانب ما سبق من أهمية وجوانب استفادة من السياحة البيئية, فإن للسياحة البيئية أهمية تنبع من كونها تخدم فكرة الاستدامة والتواصل؛ حيث إن السياحة البيئية ولوصفها بأنها مستدامة فهي[٥٧] يستمر دوامها حتى مع وجود أزمات وذلك عكس الأنماط الأخرى من السياحة التي تتأثر كثيرًا بالأزمات وذلك لأن السياحة البيئية تتعامل مع الإنسان من منظور بيئي وهو منظور متجدد بطبيعة الحال.

ونظرًا إلى أهمية «السياحة البيئية» تم إنشاء الجمعية الدولية للسياحة البيئية TIES عام ١٩٩٠ والتي أصدرت بالتعاون مع برنامج الأمم المتحدة للبيئة كتاب «السياحة البيئية» ووضع المعايير الدولية للسياحة البيئية وإصدار العديد من النشرات الخاصة

بها, ونظرًا إلى أهمية السياحة البيئية في الحفاظ على التراث الحضاري والموارد الطبيعية التي هي أساس الحركة السياحية، كما أنها ترفع مستوى معيشة السكان المحليين لذلك أعلنت منظمة الأمم المتحدة تخصيصها عام ٢٠٠٢ عامًا للسياحة البيئية[٥٨].

- دور الدول في تشجيع السياحة البيئية:

إن دور الدول والحكومات في تشجيع السياحة البيئية هو دور مزدوج العائد والفائدة، وهو من أجل المحافظة على الحياة الفطرية Wildlife وسياحة الاستكشاف Explore، وهي سياحة متنوعة تعمل من أجل تنمية العائد والمردود والدخل المباشر وغير المباشر الناجم عن السياحة, ومن ثم فإن الدولة بما تملك من إمكانات وموارد تستطيع أن تحفز الاستثمار في مجال إقامة المقاصد والمنتجعات السياحية البيئية, وأن توفر لها مشروعات البنية الأساسية، فالدولة عنصر رئيس وأساس في تنمية السياحة البيئية والتعريف بها ومساندتها وتحفيز الاستثمار فيها بالإضافة إلى تنظيم عملها ووضع الضوابط الخاصة بممارستها[٥٩].

وكدليل على أهمية السياحة البيئية «الخضراء» وإيمانًا من المنظمات السياحية بأهمية هذا النوع من السياحة فقد كان من المقترحات[٦٠] التي قدمتها المنظمة العربية للسياحة التابعة لجامعة الدول العربية أن يكون هناك تنافسية بين الدول العربية في مجال السياحة الخضراء على أن تكون إحدى العناصر الأساسية في اختيار عاصمة السياحة العربية.

وفي حالة وزارة السياحة المصرية تهتم وزارة السياحة بوضع القواعد والمواصفات الخاصة بإقامة المشروعات السياحية المختلفة وتقوم عن طريق إدارتها المختصة بفحص ومراجعة الدراسات الفنية والبيئية الخاصة بالمشروعات الجديدة ومراقبة خطوات التنفيذ والتشييد, وكذلك دراسة وتقييم الآثار البيئية سواءً للمشروعات القائمة أو المستقبلية للعمل على إزالة الآثار السلبية أو على الأقل خفضها إلى

أقل درجة ممكنة مع تعظيم المجهودات الهادفة إلى المحافظة على المقومات البيئية أو تجديدها. وقد أصدرت وزارة السياحة (الإدارة المركزية للبيئة) تعليمات بيئية لمختلف الأنشطة السياحية لمراعاتها في أثناء عملها، وتقوم الوزارة عن طريق إدارتها المتخصصة وبالتعاون مع الجهات الحكومية الأخرى المعنية بدراسة تأثير المشروعات والأنشطة السياحية على الموارد البيئية المتاحة ومراقبتها بصفة دورية سواءً عند بدء التنفيذ أو في أثنائه وبالطبع بعد الانتهاء من إقامة المشروع(٦١).

وتزخر الدول العربية بالعديد من المميزات وأماكن الجذب السياحية التي تتكامل مع بعضها البعض لتكوِّن صورة سياحية مكتملة الأركان، كما يتوفر بها العديد من المحميات الطبيعية والأماكن التي يمكن أن تكون أساسًا لسياحة بيئية ناجحة، إلا أن هذه المميزات والأماكن في حاجة إلى خطة للتنمية السياحية الشاملة تضع في اعتبارها عدم إهدار الموارد والاستغلال الأمثل لها فيما يفيد.

وتبرز أهمية السياحة البيئية بشكل عام فيما يمكن اعتباره أساسًا للتنمية السياحية المستدامة، والتي تضع في اعتبارها الحفاظ على الموارد الطبيعية والسياحية بخلاف التنمية السياحية التقليدية التي لم تكن تراعي فكرة الاستدامة في الموارد والحفاظ عليها كمورد للأجيال المقبلة، ويعرض الفصل التالي المقصود بالتنمية السياحية والفرق فيما بين التنمية السياحية التقليدية والتنمية السياحية المستدامة.

<<<

الفصل الثاني

التنمية السياحية, ومفهوم الاستدامة



تمهيد:

تهدف تنمية الصناعة السياحية إلى تحقيق زيادة مستمرة ومتوازنة في الموارد السياحية، وأول محور في عملية التنمية هو الإنسان الذي يعد أداتها الرئيسة، ولهذا فإن الدولة مطالبة بالسعي إلى توفير كل ما يحتاج إليه لتبني القدرات البدنية والعقلية والنفسية لهذا الإنسان على أكمل وجه، حيث إن التنمية السياحية تبدأ مع تقدير الإنسان لأهمية السياحة وللفوائد التي يجنيها على كافة المستويات الاجتماعية والثقافية والاقتصادية(٦٢).

وتتم التنمية السياحية عن طريق التركيز على المنتج السياحي وحسن تقديمه والأخذ بكافة السبل التي تدعم القدرات السياحية الطبيعية وغير الطبيعية والعمل على الاستفادة منها وذلك بمشاركة المؤسسات الرسمية والخاصة، ومن أهدافها: العمل بين الجهات العاملة في السياحة وغيرها وإشراكها في كافة الفاعليات، والحفاظ على المواقع الأثرية، وإقامة المنشآت السياحية، وفتح الاستثمار، وتشجيع التنمية السياحية بمشاركة الجهات الرسمية وغير الرسمية، وأيضًا تعزيز مشاركة القطاع الخاص في التنمية السياحية بإنشاء الفنادق وتطوير الصناعات التقليدية وخلق فرص عمل وتشجيع الشباب على العمل في هذا المجال السياحي(٦٣).

ويركز الفصل الحالي على عرض مفهوم التنمية السياحية وتوضيح أهميتها والفروق بين التنمية السياحية التقليدية والمستدامة.

مفهوم التنمية السياحية:

يُقصد بالتنمية السياحية تنمية مكونات المنتج السياحي وبوجه خاص في إطاره الحضاري والطبيعي أو بمعنى آخر تنمية الموارد السياحية الطبيعية والحضارية ضمن مجموع الموارد السياحية المتاحة في الدولة(٦٤).

كما يعبر اصطلاح التنمية السياحية عن مختلف البرامج التي تهدف إلى تحقيق الزيادة المستمرة المتوازنة في الموارد السياحية وتعميق وترشيد الإنتاجية في القطاع السياحي، وهي عملية مركبة متشعبة تضم عدة عناصر متصلة ببعضها ومتداخلة مع بعضها البعض تقوم على محاولة علمية وتطبيقية للوصول إلى الاستغلال الأمثل لعناصر الإنتاج السياحي الأولية من إطار طبيعي، وإطار حضاري والمرافق الأساسية العامة والسياحية من خلال التقدم العلمي والتكنولوجي وربط كل ذلك بعناصر البيئة واستخدامات الطاقة المتجددة وتنمية مصادر الثروة البشرية للقيام بدورها المرسوم في برامج التنمية[٦٥].

مما سبق يتضح أن مفهوم التنمية السياحية مفهوم متعدد ومتشابك الأركان والعناصر الذي يشتمل عليها، حيث إن التنمية السياحية ليست بالعملية السهلة أو البسيطة, وإنما هي تنطوي على عناصر واعتبارات لتحقيق هذه العملية لاسيما أنها تتداخل وتتشابك مع مجالات أخرى؛ حيث تقضي عملية التنمية السياحية بتوفير أفضل التسهيلات للسائح وتشجيعه على القيام بالنشاط السياحي مما يستدعي إشباع رغبات هذا السائح بكل ما يمكن وهذا يترتب عليه التعامل مع قطاعات مختلفة كالمواصلات والصحة وتوفير الطعام والحاجات الأساسية للسائح وتوفير البنية الأساسية للمكان الذي يتواجد فيه أو يتجه إليه.

كما يتطلب مفهوم التنمية السياحية تشجيع الاستثمار سواءً المحلي أو الأجنبي لاستثمار رءوس أموالهم في مشروعات سياحية في هذه الدولة, مما يستلزم اتخاذ الخطوات اللازمة وتوفير المناخ التشريعي والقانوني والمادي لتسهيل إجراءات الاستثمار السياحي وما يتبع ذلك من أدوات وإجراءات معقدة ومتشابكة. ولتحقيق التنمية السياحية فهناك بعض الاعتبارات التي يجب الانتباه إليها عند التفكير في عملية تنمية المجال السياحي.

٢- اعتبارات تحقيق التنمية السياحية:

التنمية السياحية ليست مهمة أحادية الجانب بمعنى أنها مهمة وزارة السياحة فقط, وإنما مهمة وطنية لمجموعة الوزارات والمؤسسات التي تشكل حلقات متكاملة تعمل جميعًا في إطار التنمية السياحية وتسويقها لزيادة استثماراتها(٦٦).

وتتعاون الأجهزة السياحية الرسمية والأجهزة الأخرى غير الرسمية وتتكاتف لتحقيق أهداف التنمية السياحية وتقديم كافة التسهيلات والخدمات للسائحين لزيادة أعدادهم واستقطاب المزيد منهم، ولهذا فقد أنشأت كافة البلاد العربية أجهزة رسمية خاصة بها للقيام بالمهام التنموية المنوطة بها(٦٧).

ولهذا فإن تنمية الصناعة السياحية تحكمها عدة اعتبارات لابد من مراعاتها، وهي على النحو التالي(٦٨):

أ- تدريب الجهاز البشري اللازم الذي يحتاج إليه القطاع السياحي حتى تتمكن المنشآت السياحية من القيام بدورها بالشكل المطلوب.

ب- المحافظة على حقيقة المواقع السياحية؛ لأن جذب السياح إلى هذه المناطق قد يعتمد على المناخ أو الطبيعة أو التاريخ أو أي عامل آخر تتميز به المنطقة السياحية.

ت- الاستغلال الجيد للموارد السياحية المتاحة مع توفير المرونة لها لتتمكن من مواكبة احتياجات الطلب السياحي المحلي والعالمي.

ث- إجراء دراسة شاملة للتأكد من الجدوى الاقتصادية للاستثمارات السياحية المقترحة وفيما إذا كان الاستثمار سيدر أرباحًا أم لا.

ج- دعم الدولة للقطاع السياحي، عبر معاونة القطاع الخاص في تنفيذ البرامج السياحية ويكون ذلك عبر خطة إعلانية تسويقية متكاملة.

ح- ربـط خطـة التنميـة السـياحية مـع خطـط التنميـة الاقتصاديـة الأخـرى لمختلـف القطاعـات الاقتصاديـة لتحقيـق نمـو متـوازن وليـس مجـرد الاهتـمام بالسـياحة فقـط.

خ- تحديـد المشـكلات التـي قـد تعـترض تنميـة الصناعـة السـياحية ثـم وضـع خطـط بديلـة في حـال حـدوث طـارئ معـين.

د- دراسـة السـوق السـياحي المحـلي مـن أجـل معرفـة نوعيـة السـياح الوافديـن ومـا هـي تفضيلاتهـم للسـعي إلى تأمينهـا قـدر الإمـكان.

ذ- توفـير شـبكة مـن الفنـادق المناسـبة لـكل شـكل مـن أشـكال الدخـل، ولـكل نمـاذج الرغبـات بخاصـة المناسـبة منهـا لـذوي الدخـل المحـدود؛ فحركـة السـياح لم تعـد مقتـصرة عـلى الأغنيـاء.

ر- رفـع مسـتوى النظافـة والخدمـات السـياحية؛ لأنهـما يؤديـان دورًا مهـمًّا في تطويـر التنمية السـياحية فحـين يتـم الحفـاظ عـلى نظافـة الشـوارع والشـواطئ والآثـار وغيرهـا مـن عوامـل الجـذب تجعـل السـائح يرغـب في العـودة إلى هـذا البلـد.

كـما أنـه[٦٩] - وقبـل البـدء في اتخـاذ أي قـرار يتعلـق بالتنميـة السـياحية في منطقـة مـا - ينبغـي البحـث عـن أفضـل اسـتغلال وتوظيـف لإمكاناتهـا ومواردهـا مـع الأخـذ في الاعتبـار عـدة أمـور أساسـية:

أ- الإطـار الطبيعـي الـذي يمثـل الاحتياجـات الضروريـة للنشـاط السـياحي, مثـل: (الصناعـات- والمـواد الأوليـة – والزراعيـة- والمصايـد).

ب- البناء الفني الذي يتضمن طريقة الاستغلال الأمثل للموارد السياحية وتسهيل الوصول إليها.

ت- التوزيع السكـاني وتطـور حـركة العمران بالمنطقة وأحوال السكان ومستوى معيشتهم.

ث- السوق السياحية المحلية والدولية وعلاقة ذلك بسبل إعداد وتهيئة المنتج السياحي.

ج- الربط بمشروعات التنمية الاقتصادية في الدولة بوجه عام.

ويمكـن إجـمال مـا سـبق بالقـول: إن التنميـة السـياحية كي تتحقـق وتسـتمر لابـد أن يتوافـر لهـا عوامـل معينـة مـن حيـث:

- البنية التحتية وما تشمله من فنادق، وتنمية عقارية ومنشآت.
- موارد أولية للسياحة من مصادر طبيعية، وسياحية، وتراثية وغيرها من مقومات السياحة.
- تنميـة وتدريـب وتأهيـل القطـاع البـشري سـواءً العاملـين في المجـال السـياحي أو المواطنـين العاديـين الذيـن يتعاملـون مـع السـياح.
- الحاجة إلى وجود عنصر تسويق وترويج سياحي لجذب السائحين.

٣- أهداف التنمية السياحية:

إن العمـل عـلى تحقيـق التنميـة السـياحية بالمعنـى المتكامـل هـو هـدف في حـد ذاتـه، وفي الوقـت ذاتـه هـو مرحلـة مـن مراحـل تحقيـق هـدف أكـبر وهـو تحقيـق التنميـة الاقتصاديـة والاجتماعيـة في الدولـة(٧٠).

وتتعدد أهداف التنمية السياحية ويأتي في مقدمتها(٧١):

أ- تحقيـق الزيـادة المسـتمرة والمتوازنـة في المـوارد السـياحية للدولـة, ويتحقـق ذلـك بدعـم القـدرة التنافسـية لصناعـة السـياحة وذلـك برفـع إنتاجيـة المـوارد البشريـة وغـير البشريـة الموظفـة فيهـا وبالسياسـات التسـويقية الخارجيـة الكـفء.

ب- تدعيم الارتباط الإنتاجي بين القطاع السياحي والقطاعات الأخرى.

ت- تعظيـم الآثـار الإيجابيـة للسـياحة في النواحـي الاجتماعيـة والثقافيـة مـع التخلـص قـدر الإمـكان مـن الآثـار السـلبية لهـذه النواحـي.

ث- المسـاهمة في تنميـة البيئـة والمحافظـة عليهـا مـن خـلال الاهتـمام بمناطـق الجـذب السـياحي ومـا يحيـط بهـا في المـدن والأماكـن المختلفـة.

إذن, فالتنمية السياحية هي عملية تهدف في المقام الأول إلى جعل فكرة التنمية والتطوير فكرة متأصلة في ذهن الأفراد والمجتمعات، وتحاول أن تصل إلى أن تجعل هذا الفكر التنموي متغلغلًا في ذهن كل من السائح والمواطن المقيم, وذلك بهدف تحسين التعامل مع الموارد السياحية المتوفرة والحفاظ عليها كموارد ذات قيمة إيجابية مستمرة للأجيال التالية، كما تهتم الحكومات بتحقيق هذا الهدف العام للتنمية السياحية؛ حيث إن مجرد التفكير في تطبيق آليات التنمية السياحية ينطوي عليه تحقق التنمية لعدد من القطاعات وبالتالي فهذا يدر نفعًا على الموارد الأخرى في المجتمع, ويعمل على النهوض بمستوى الخدمات في القطاعات المختلفة.

وسعيًا من القائمين على تنمية السياحة ودعم هذا القطاع بشكل متوازن ومستمر، فبدأ التفكير في الحفاظ على الموارد السياحية ودعم فكرة الاستدامة لهذه الموارد بشكل يضمن الحفاظ عليها لأطول فترة ممكنة وهذا ما استدعى ظهور ما يسمى بالتنمية المستدامة عوضًا عن فكرة التنمية التقليدية، وفيما يلي توضيح للفرق بين المقصود بالتنمية التقليدية والتنمية المستدامة.

٤- التنمية التقليدية والتنمية المستدامة:

يرتبط مصطلح التنمية بفكرة الحفاظ على الموارد وإبقائها لمدة أطول وجعل هذه الموارد مستدامة وباقية لتحقيق مزيد من الاستفادة للأجيال المقبلة، ومن هنا ظهر مصطلح «الاستدامة» وربطه بفكرة التنمية. ونظرًا لارتباط التنمية المستدامة بالحفاظ على الموارد الطبيعية وحماية البيئة من الهدر والفاقد فهذا جعل هناك من تشابهًا ما بين السياحة الخضراء أو البيئية وفكرة الاستدامة؛ حيث ينطوي كل منهما على هدف واحد وهو حماية البيئة والحفاظ على استمراريتها وبقاء عطائها للسنوات القادمة، وهذا ما جعل التنمية الحديثة «المستدامة» تختلف عن التنمية التقليدية التي لا تضع في اعتبارها هذا البعد البيئي.

كما أن الحاجة والطلب للسفر أو السياحة لمناطق غير ملوثة وللتمتع بخبرة السفر في أماكن طبيعية سوف تزداد وهو ما جعل موضوع التنمية المستدامة يعد اهتمامًا وشأنًا أساسيًّا متزايدًا بالنسبة للمقاصد السياحية التي تتمتع بالطبيعة[٧٢].

والسياحة المستدامة هي مفهوم حصل على اهتمام متزايد منذ الثمانينيات, وبالرغم من أن هذا المفهوم تتم مناقشته مع الاعتبار للبيئة المادية، فإن هذه التعريفات أيضًا تشمل البيئة الاجتماعية والثقافية للمقاصد السياحية، كما أن منظمات ومنها برنامج الأمم المتحدة للبيئة United Nations Environment Program (UNEP) استخدمت واعتمدت هذا المفهوم الذي طُوِّرَ بواسطة منظمة السياحة العالمية[٧٣].

ويسعى مفهوم «التنمية المستدامة» لتحقيق موضوعات خاصة بالمساواة بين الأجيال، وأهداف النمو الاقتصادي، والحماية البيئية، والعدل الاجتماعي، وإذا ترجم مفهوم السياحة البيئية إلى فعل, فإنه من المتوقع أن يساهم في استدامة البيئة، والموارد الاجتماعية والثقافية، والتنمية الاجتماعية والاقتصادية بشكل عام[٧٤].

وقد تطور مفهوم التنمية السياحية التقليدية بإضافة صفة الاستدامة له من خلال اعتبار أن عملية التنمية السياحية هي عملية إشباع حاجات السائحين النفسية والحصول على متطلباتهم دون الإخلال بحقوق الأجيال القادمة من السائحين في احتياجاتهم من الاستمتاع بالبيئة، ومن خلال ذلك يمكن التركيز على أن التنمية المستدامة تضع في اعتبارها نوعًا جديدًا من العدالة والمساواة وهي المساواة بين الأجيال في التمتع بالموارد الطبيعية. ومن هنا فإن التنمية السياحية المستدامة تعني الاعتماد على الطبيعة وليس العمل على استغلال مقوماتها؛ حيث إنها في جوهرها عملية تغيير يكون فيها استغلال الموارد واتجاه الاستثمارات والتطور التكنولوجي في حالة انسجام وتناغم, وتعمل على تعزيز إمكانية ربط الحاضر والمستقبل لتلبية الحاجات الأساسية للسياح[٧٥].

جدول رقم (١)

أوجه الاختلاف بين التنمية السياحية التقليدية والتنمية السياحية المستدامة[٧٦]

وجه المقارنة	التنمية السياحية التقليدية	التنمية السياحية المستدامة
مفهوم عام	تنمية سريعة وليس لها حدود	تنمية تتم على مراحل لها حدود وطاقة استيعابية معينة
	قصيرة الأجل	طويلة الأجل
	سياحة الكم	سياحة الكيف
	إدارة عمليات التنمية من الخارج	إدارة عمليات التنمية عن طريق السكان
استراتيجيات التنمية	تنمية من دون تخطيط	تخطيط أولًا ثم التنمية
	تخطيط جزئي لقطاعات منفصلة	تخطيط شامل متكامل
	التركيز على إنشاء وحدات لقضاء الأجازات	مراعاة الشروط البيئية في البناء وتخطيط الأرض
	مباني حضرية تقليدية	أنماط معمارية محلية
	برامج خطط لمشروعات	برامج خطط مبنية على مفهوم الاستدامة
مواصفات السائح	مجموعات وأعداد كثيفة من السياح	حركة أفراد ومجموعات صغيرة
فترات الإقامة	قصيرة	طويلة
	ضوضاء وأصوات مزعجة	رزانة وهدوء في الأداء
	في الغالب زيارة واحدة للمكان	احتمال تكرار الزيارة مرة أخرى للمكان
	مستويات ثقافية مختلفة	مستوى عالٍ من الثقافة والتعليم

توضح بيانات الجدول السابق مدى الاختلاف بين السياحة التقليدية والمستدامة؛ حيث يظهر أن التنمية التقليدية لا تضع في اعتبارها البيئة ومواردها والحفاظ عليها، كما أنها لا تهتم بتخطيط التنمية ووضع خطط قصيرة وطويلة الأجل على عكس التنمية المستدامة التي تضع في اعتبارها القطاعات المجتمعية المختلفة, وبالتالي تضع خططًا لكل مستوى من هذه القطاعات والتي تهدف في النهاية إلى خدمة قطاع السياحة ككل، كما أن التنمية المستدامة ليست عملية عشوائية بل إنها تضع في اعتبارها التخطيط المسبق لكل مرحلة من المراحل وخاصة أنها تراعي الشروط البيئية وتلتزم بمواصفات خاصة في بناء المنتجعات والقرى السياحية والفنادق.

وما ينطوي على اختلاف مفهوم التنمية ومراحلها وآلياتها بين كل من التنمية التقليدية والمستدامة ينطوي بالتالي أيضًا على مواصفات السائح الذي يتمتع بالخدمات السياحية ويشترك في النشاط السياحي؛ إذ يكون السائح في برامج التنمية المستدامة أكثر مسئولية تجاه البيئة، وبهذا فالعدد يكون أقل ويتمتع السائحون بالهدوء والإحساس بقيمة البيئة والنشاط السياحي الذي يقوم به، كما أنه يهتم باستقاء المعلومات والإلمام بمعارف عن الأماكن التي يذهب إليها ويلتزم بسلوكيات محابية للبيئة.

٥- أدوات تحقيق فكرة الاستدامة في مجال السياحة:

لتحقيق الاستدامة في السياحة يستلزم ذلك وجود عدد من الأدوات مثل[٧٧] :

أ- أدوات لحماية المنطقة (وتشمل مثلًا: أدوات متنوعة لحماية المحميات الطبيعية، والحدائق الوطنية، والمناطق ذات الطبيعة الجميلة).

ب- التعليمات الصناعية (وتشمل مثلًا: التشريع الحكومي، والتعليمات الذاتية للمتطوعين، والمسئولية الاجتماعية المتعلقة بالشركات).

جـ- تكنيكات أساليب إدارة الزائرين (وتشمل مثلًا: قنوات تدفق الزائرين، والدخول المقنن، وتقييد مرور العربات والمركبات، وقواعد التسعير ووضع الأسعار المختلفة).

د- تقييم التأثير البيئي (وتشمل مثلًا تحليل التكاليف والأرباح، وتخطيط الميزانية، ونظام المعلومات الجغرافية).

وتشمل هذه الأدوات الجانب المادي لتأمين السياحة المسئولة من قواعد وتشريعات وتقييم لنتائج هذه السياحة على مستوياتها المختلفة، وليكتمل مفهوم الاستدامة وتتحقق فلابد من وجود متطلبات أخرى خاصة بالأفراد أنفسهم سواءً السائحين المشتركين في النشاط السياحي أو السكان الأصليين أنفسهم ومن هذه الشروط والمتطلبات ما يلي[٧٨] :

١. تشجيع المقيمين من السكان على المشاركة بنشاط وإيجابية في صنع القرارات الخاصة بالسياحة وفي سهولة الحصول والتمتع بالمنافع الاقتصادية، والثقافية والاجتماعية للسياحة.

٢. إن تطبيق مبادئ السياحة المسئولة لا يتطلب فقط فهمًا للمجتمعات المحلية المختلفة, وإنما يتطلب أيضًا اعترافًا بنوعيات مختلفة من السائحين أنفسهم.

٣. ويمكن أن يحد الدخل القليل أو نقص وسائل المواصلات من عمل سائح مسئول ويحد من قدرته على عمل سياحة مسئولة.

ولهذا يجب الاهتمام بتوفير البنية التحتية الأساسية للمواطن والسائح على حد سواء لتشجعيهم على الحفاظ على الموارد البيئية المتاحة، والقيام بالسلوك المسئول تجاهها.

وأثبتت نتائج إحدى الدراسات[٧٩] أن مفهوم التنمية السياحية المستدامة ليس حالة ثابتة من التوازن بين تحقيق الفوائد الاقتصادية وحماية البيئة ومواردها الطبيعية؛ فهناك ما يقرب من ستين تعريفًا متعلقة بالاستدامة، وإن كان ذلك لا يقلل من الالتزام بمفهوم أفضل ممارسة بيئية باعتباره الأداة المثلى لتحقيق الاستدامة، كما أن مفهوم أفضل ممارسة بيئية قد يختلف من منطقة إلى أخرى من منطلق اختلاف مشكلات

وظروف التنمية في كل منطقة؛ الأمر الذي أدى إلى اختلاف مفهوم التنمية السياحية المستدامة أيضًا.

وقد انتشر مفهوم السياحة المتواصلة «المستدامة»، واستخدم هذا المصطلح بصورة قوية سواءً داخل القطاع العام أو القطاع الخاص أو في منظومة السياحة ككل، بحيث أصبح من الدارج أن يتباهى أصحاب المشروعات - أيًّا كان نوعيتها سواء كان عن حق أو باطل - أن نشاطاتهم تتوخى مبدأ «التواصل»، وقد حظيت شركات كبيرة مثل شركة الخطوط الجوية البريطانية وبعض المشروعات الأخرى الصغيرة بكثير من الاهتمام والثناء لنجاحهم في تطبيق ممارسات بيئية ناجحة في نشاطاتهم[٨٠].

عرض الجزء السابق لمفهوم التنمية السياحية وفكرة النهوض بقطاع السياحة وما يستلزمه ويتطلبه هذا المفهوم التنموي من متطلبات وعناصر لتحقيقه بالإضافة إلى عرض الفرق بين التنمية السياحية المستدامة والتنمية التقليدية. ويقدم الفصل التالي للنشاط السياحي في الدول العربية والتعرف على ما تسعى إليه هذه الدول من تحقيق التطور في المقومات السياحية الموجودة لديها, وتشجيع السياحة البينية العربية- العربية وذلك لتحقيق مزيد من التكامل الاقتصادي العربي القائم على السياحة باعتبارها أحد أهم عناصر تحقيق التقدم في الاقتصاد.

***

الفصل الثالث

دراسة حالة للنشاط السياحي في نماذج من الدول العربية

- جمهورية مصر العربية.
- المملكة المغربية.
- المملكة الأردنية الهاشمية.

تمهيد:

إن المقومـات السـياحية في الـدول العربيـة تتكامـل ولا تتنافـس؛ حيـث تزخـر كل دولـة عربيـة بمكونـات سـياحية تختلـف عـن غيرهـا وتتميـز بهـا عـن الدولـة الأخـرى، ومـن هنـا حرصـت التنظيـمات المعنيـة بالسـياحة العربيـة عـلى تشـجيع السـياحة العربيـة البينيـة إيمانًـا بـضرورة اسـتغلال المكونـات والمقومـات السـياحية الموجـودة في كل دولـة وتطويرهـا وتبـادل الخـبرات السـياحية بـين هـذه الـدول وبعضهـا رغبـةً في الاسـتفادة مـن المقومـات السـياحية الجاذبـة في كل دولـة.

ويمكـن القـول: إن تنميـة السـياحة العربيـة قـد اكتسـبت أهميـة متزايـدة كأحـد أهـداف التنميـة الاقتصاديـة والاجتماعيـة الشـاملة، ولدورهـا المهـم الـذي تلعبـه في نمـو اقتصاديـات الـدول العربيـة، كونها تؤمـن مـوارد ماليـة إضافيـة للسـكان وتعمـل عـلى تحسـين ميـزان المدفوعـات، فهـي تمثـل إحـدى الصـادرات المهمـة غـير المنظـورة وعنـصرًا أساسـيًّا مـن عنـاصر النشـاط الاقتصـادي، وترتبـط بالتنميـة ارتباطًـا كبـيرًا وتعمـل عـلى حـل بعـض المشـكلات الاقتصاديـة التـي تواجههـا الـدول العربيـة ومنهـا عـلى سـبيل المثـال: مشـكلة البطالـة في بعـض الـدول العربيـة، ودورهـا في تطويـر المناطـق والمـدن التـي تتمتـع بإمكانـات سـياحية مـن خـلال توفـير مرافـق البنـى الأساسـية والتسـهيلات اللازمـة في دول عربيـة أخـرى. لذلـك فـإن الاهتـمام بتنميـة قطـاع السـياحة العربيـة يعـد رافـدًا مهـمًّا ومدخـلًا للتنميـة المسـتدامة في الوطـن العـربي[٨١].

ولا شـك أن للسـياحة أهميـة سياسـية، وثقافيـة، واجتماعيـة كبـيرة؛ إذ تسـاعد السـياحة عـلى التقـارب بـين الـدول المختلفـة وزيـادة الأواصر بـين الشـعوب والمجتمعـات بعضهـا البعـض، وتسـاعد أيضًـا عـلى تبـادل الثقافـات والعـادات بـين الـدول بعضهـا البعـض, وبالتـالي تسـاهم في الانفتـاح عـلى الآخـر وتقـارب المسـافات وتـلاشي الحـدود بـين الأقطـار المختلفـة وبهـذا تسـاعد في التخفيـف مـن حـدة الصراعـات والخلافـات بـين الـدول.

ويقـدم الفصـل الحـالي عرضًـا للواقـع السـياحي في ثلاثـة دول عربيـة مـع عـرض لأهـم المغريـات السـياحية التـي تتمتـع بهـا هـذه الـدول وتتميـز بهـا عـن غيرهـا مـن الـدول العربيـة.

١- جمهورية مصر العربية:

تقـع «مـصر» في موقـع جغـرافي عـلى البحـر الأبيـض المتوسـط بمواجهـة قسـم مـن أوروبـا والمـشرق العـربي الآسـيوي وبمحـاذاة المغـرب العـربي الأفريقـي، حيـث أعطـى هـذا الموقـع «مـصر» ميـزة عـن غيرهـا مـن المناطـق السـياحية الأخـرى، إذ إن الرحلـة السـياحية في الطائـرة تسـتغرق بـين سـاعة وثـلاث سـاعات مـن الأماكـن المواجهـة والقريبـة إلى «مـصر»، ولا تتعـدى خمـس أو سـت سـاعات مـن شرق أفريقيـا ومعظـم الـدول في آسـيا وأوروبـا[٨٢].

وتتمتـع «مـصر» بالكثـير مـن المقومـات الطبيعيـة والمميـزات التـي أدت إلى كونهـا مقصـدًا سـياحيًا يقصـده الكثـير مـن السـياح عـلى مـدار العـام؛ نظـرًا لاعتـدال المنـاخ وملاءمتـه لأغـراض السـياحة والسـفر، إلى جانـب وجـود هـذا الكـم الهائـل مـن الآثـار القديمـة والمناطـق الأثريـة والتاريخيـة التـي تنتمـي لحضـارات مختلفـة كالحضـارة المصريـة القديمـة والرومانيـة, وإلى عهـود تاريخيـة مختلفـة أيضـاً, مثـل العهـد الفاطمـي، والأيـوبي، والعثـماني وغيرهـا مـن الحضـارات التـي تركـت آثارهـا عـلى العمـران، والأحيـاء، والآثـار، وبعـض العـادات والتقاليـد التـي لا زالـت تُتَّبَـع في مـصر كالاحتفـال بالمولـد النبـوي الشريـف الـذي يُعـد مـن العـادات التـي تعـود إلى الدولـة الفاطميـة، وأعيـاد شـم النسـيم التـي يعتقـد أنهـا ترجـع أصولُهـا إلى الحضـارة المصريـة القديمـة.

بـدأت «مـصر» تدخـل عـصر صناعـة السـياحة الحديثـة «عـصر السـياحة الشـاملة والتكراريـة», بعـد أن كانـت تعـد مقصـدًا سـياحيًا للنخبـة الثقافيـة القادمـة مـن أجـل منتـج سـياحي واحـد هـو «آثارهـا» وتلـك سـياحة محـدودة العـدد بطبيعتهـا، زيـارة الحضـارة المصريـة العريقـة مـن خـلال تلـك المعـالم المنتـشرة في المقاصـد السـياحية كالأقـصر

وأسـوان، والقاهـرة، والمنيـا، وبنـي سـويف، والإسـكندرية ومناطـق متفرقـة أخـرى داخـل «مـصر».. وكانـت «مـصر» تعـاني عندئـذ عـدم تكراريـة الزيـارة [٨٣].

أ- الاهتمام المصري بقطاع السياحة:

خطـت مـصر أولى خطواتهـا نحـو التخطيـط لتنميـة مـوارد الدولـة مـع بدايـة سـنوات ثـورة يوليـو ١٩٥٢، وقـد أسـفرت الخطـط الأوليـة للسـياحة عـن نتائـج إيجابيـة مشـجعة, مـما دعـا إلى التفكـير في التخطيـط السـياحي الشـامل، وتـوج هـذا النشـاط بإنشـاء وحـدة للتنميـة السـياحية تطـورت لتصبـح بعـد ذلـك هيئـة عامـة تضطلـع بمهـام التخطيـط والتنميـة للمناطـق السـياحية والأثريـة. ثـم اضطلعـت وزارات أخـرى بـالإشراف عـلى النشـاط السـياحي، وأصبحـت السـياحة جـزءًا مـن أنشـطة وزارات مختلفـة؛ حيـث لم تكـن هنـاك وزارة مخصصـة لهـا، ومـع تزايـد الاهتـمام بـدور السـياحة كمـورد اقتصـادي رئيـسي في «مـصر» أنشـئت وزارة السـياحة – كـوزارة مسـتقلة – وأخـذت الـوزارة الجديـدة عـلى عاتقهـا مهمـة النهـوض بأعبـاء التنميـة والتخطيـط السـياحي, وقـد وجـدت هـذه الـوزارة دعـمًا واهتمامًـا متواصـلًا مـن جانـب الدولـة بالنظـر إلى أهميـة الـدور المنـاط بهـا تحقيقـه[٨٤].

وفي منتصـف الثمانينيـات- مـن القـرن المـاضي- بـدأت بعـض مشروعـات التنميـة السـياحية عـلى سـاحل خليـج العقبـة في جنـوب سـيناء، وكانـت قـد سـبقتها عمليـات رائـدة للتنميـة السـياحية في منطقـة الغردقـة عـلى سـاحل البحـر الأحمـر، وبمـرور الوقـت أضيفـت إلى طاقـة «مـصر» الاسـتيعابية عـشرات القـرى السـياحية والمنتجعـات الشـاطئية؛ مـما أضـاف إلى جاذبيـة «مـصر» كمقصـد متميـز للسـياحة الثقافيـة والأثريـة، قيمـة جديـدة في مجـال سـياحة المنتجعـات التـي تحظـى بطلـب متزايـد عالميًـا وبـدأت العجلـة الضخمـة تـدور عـلى طريـق السـياحة العصـرية متعـددة المنتـج[٨٥].

وفي فــترة التســعينيات شــهدت الســياحة المصريــة عــددًا مــن الأزمــات وخاصــة أحــداث العنــف التــي كان لهــا تأثــير مبــاشر عــلى انخفــاض الإقبــال الســياحي عــلى «مــصر»,

وخاصـة في ظـل التضخيـم الإعلامـي الغـربي لهـذه الأحـداث وتداعياتهـا، وكان[٨٦] تراكـم تداعيـات هـذه الأزمـات المتعاقبـة شـديد الوطـأة عـلى قطـاع السـياحة المـصري بشـكل أدى إلى هجـرة بعـض الكفـاءات المدربـة لهـذا القطـاع وخـروج بعـض المنشـآت السـياحية مـن النشـاط، وتراكـم الديـون عـلى البعـض الآخـر.

واسـتطاعت السـياحة المصريـة أن تعـود مجـددًا بعـد الحـادث الإرهـابي في «الأقـصر» عـام ١٩٩٧؛ حيـث نجحـت الإدارة المصريـة للأزمـة في تخطـي هـذه الأزمـة مـن خـلال الدقـة والسرعـة والموضوعيـة في التعامـل مـع الحـدث والتصـدي لمحـاولات التشـويه والمبالغـة مـن وسـائل الإعـلام الأجنبيـة لتصويـر هـذا الحـدث, مـما كان لـه بالـغ الأثـر في انتعـاش السـياحة منـذ العـام ١٩٩٨ وفيـما بعـد, وبخاصـة منـذ بدايـة ٢٠٠٠ وحتـى العـام ٢٠١٠, ثـم تأثـرت السـياحة بشـكل سـلبي في العـام ٢٠١١ نتيجـة عـدم الاسـتقرار السـياسي بعـد ثـورة ٢٥ ينايـر عـام ٢٠١١؛ فقـد قلـت أعـداد السـائحين إلى درجـة ملحوظـة؛ نظـرًا للظـروف الأمنيـة وأوضـاع الانفـلات الأمنـي وحـالات الاعتـداء عـلى بعـض السـائحين ومحـاولات خطـف آخريـن منهـم، إلى جانـب المظاهـرات والإضرابـات المختلفـة؛ مـما انعكـس سـلبًا عـلى معـدلات السـياحة وإيراداتهـا وهـو مـا يسـتلزم تعديـل خطـط التنميـة السـياحية ووجـود بدائـل أخـرى لتشـجيع السـياحة العربيـة البينيـة والسـياحة الداخليـة كنشـاط تعويـضي عـن الخسـائر التـي لحقـت بقطـاع السـياحة الدوليـة، وهـذه الخطـوة في حـد ذاتهـا إذا نجحـت يمكـن أن تسـاهم في جـذب السـياحة الدوليـة مـرة أخـرى. ويوضـح الجـدول التـالي مقارنـة بـين أعـداد السـائحين القادمـين إلى «مـصر» مـن مناطـق العـالم المختلفـة مـا بـين عامـي ٢٠١٠ و٢٠١١ لتوضيـح مـدى تأثـر القطـاع السـياحي في «مـصر» بالأحـداث السياسـية القائمـة، بالإضافـة إلى عـدد الليـالي السـياحية التـي يقضيهـا هـؤلاء الـزوار.

جدول رقم (٢)

إحصائيات حجم السياحة في مصر ما بين عامي ٢٠١٠ و٢٠١١[٨٧]

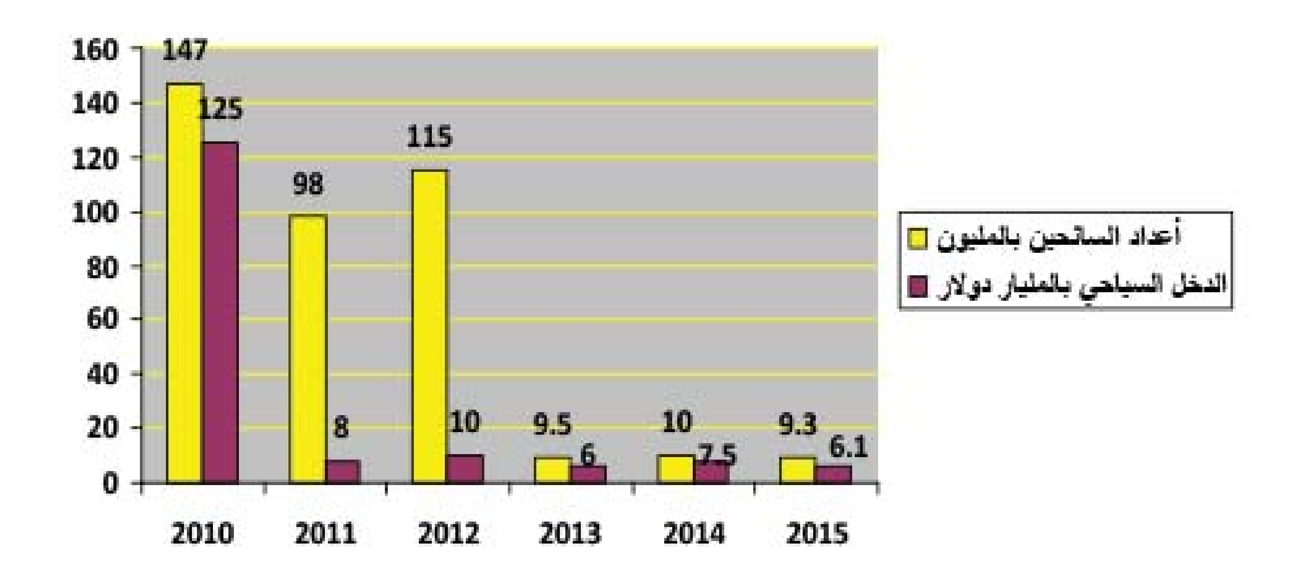
المقاصد السياحية المختلفة	٢٠١٠		٢٠١١	
	عدد الزوار	عدد الليالي السياحية	عدد الزوار	عدد الليالي السياحية
أوروبا	١٠٩٥٠٤٦٧	١٠٣٠٨٨٤٣٣	٧٠٣٣٢٥٢	٧٢٩٠٦٥٤٤
أمريكا	٥٦٣٣٦٥	٦٦٢١١٠٥	٢٨٧١٨٧	٤٣٥١٣٥٣
الدول العربية	٢٠٩٢١٦٢	٢٩١٢٢٩٩٥	١٨٠١٦٢٦	٣٠٢٧١٧٣١
أفريقيا	١٦٠٤٩٩	١١٥٢٤١٢	١٤٤٦٤٢	١٤٢٢٢٤١
آسيا	٨٤٥٦٥٩	٥٩٤٨٠٣٩	٥١٣٨١٩	٤٣٤٥٦٤٢

تظهـر بيانـات الجـدول السـابق مـدى تأثـر قطـاع السـياحة في عـام ٢٠١١ وهـو العـام الـذي قامـت في بدايتـه الثـورة المصريـة؛ حيـث يظهـر انخفـاض عـدد الـزوار القادمـين مـن الوجهـات السـياحية المختلفة عـن العـام السـابق لقيـام الثـورة. وقـد انطبـق أيضًـا هـذا الانخفـاض عـلى عـدد الليـالي السـياحية التـي يقضيهـا السـائحون القادمـون مـن هـذه الوجهـات في «مـصر» بشـكل مقـارن بـين عامـي ٢٠١٠ و٢٠١١ فيـما عـدا حالتـي الـدول العربيـة، وأفريقيـا حيـث يظهـر مـن الجـدول ارتفـاع الليـالي السـياحية التـي يقضيهـا السـائحون مـن الـدول العربيـة وأفريقيـا في عـام ٢٠١١ عـن سـابقه مـن العـام ٢٠١٠؛ إلا أن هـذا لم يؤثـر عـلى عـدد الـزوار حيـث لم يـزدد عـدد السـائحين بالرغـم مـن إطالـة مـدة إقامتهـم في فـترة مـا بعـد الثـورة. وقـد يرجـع هـذا للتخفيضـات التـي تقدمهـا شركات السـياحة والعـروض المختلفـة لغـرض تنشـيط السـياحة؛ مـما أدى إلى طـول الليـالي المنقضيـة في «مـصر» وهـذا اتضـح في حالتـي الـدول العربيـة وأفريقيـا فقـط مـما سـبق عرضـه.

كـما يوضـح الشـكل التـالي نظـرة عامـة مقارنـة لأوضـاع القطـاع السـياحي «بمـصر» منـذ عـام ٢٠١٠ – عـام انتعـاش السـياحة المصريـة- وحتـى عـام ٢٠١٥ وتوضيـح مـا ألمَّ بقطـاع السـياحة مـن تغـيرات خـلال هـذه الأعـوام مـن حيـث أعـداد السـائحين، والدخـل السـياحي المتحقـق.

شكل رقم (٣)

أعداد السائحين القادمين لمصر والدخل السياحي في الفترة من ٢٠١٠-٢٠١٥[٨٨]



يوضح الشكل السابق مقارنة في أعداد السائحين القادمين «لمصر» والدخل السياحي المتحقق من القطاع منذ عام ٢٠١٠ وحتى عام ٢٠١٥, ويلاحظ من الشكل السابق أن عام ٢٠١٠ كان أكثر الأعوام انتعاشًا وازدهارًا في مجال السياحة من حيث أعداد السائحين التي بلغت حوالي ١٤٧ مليون سائح محققين دخلًا سياحيًا بلغ ١٢٥ مليار دولار وهو العام الذي سبق ثورة يناير ٢٠١١ وحقق طفرة في مجال السياحة، فيما قل هذا العدد في عام ٢٠١١ وهو العام الذي شهد ثورة يناير, وبالتالي تأثر قطاع السياحة تأثرًا سلبيًا نظرًا للأحداث السياسية والظروف الأمنية التي صاحبت الثورة وتداعياتها من عدم الاستقرار السياسي والمجتمعي – وهو ما أوضحه جدول رقم (٢) بالتفصيل- حيث بلغ عدد السائحين القادمين حوالي ٩٨ مليون سائح، ووصل الدخل السياحي إلى ٨ مليار دولار وترجع هذه الأعداد إلى الوفود التي جاءت لزيارة «مصر» والتي تم الترويج لها على أنها بلد الثورة واهتمت هذه الأفواج السياحية بالمجيء «لمصر» وزيارة ميدان التحرير – رمز الثورة المصرية- إلا أن هذا العدد لم

يصاحبه زيادة ملحوظة في الدخل السياحي؛ نظرًا إلى أن هذه الفترة شهدت عمل شركات السياحة والفنادق لبرامج سياحية مخفضة وذلك بهدف التشجيع على زيارة «مصر» والتغلب على الركود الذي عقب الثورة.

فيما شهد عام ٢٠١٢ ازدهارًا طفيفًا في مجال السياحة تمثل في وصول ١١٥ مليون سائح ليحقق قطاع السياحة دخلًا يقدر بحوالي ١٠ مليار دولار, وهو ما يرجع إلى تحسن وضع السياحة في النصف الأول من العام؛ نظرًا إلى اتجاه الوضع السياسي نحو الاستقرار مع التحضير للانتخابات الرئاسية المصرية وجهود قطاع السياحة لجذب الأسواق السياحية المختلفة، حتى حلول عام ٢٠١٣ والذي شهد انخفاضًا غير مسبوق قلَّ فيه أعداد السائحين والدخل السياحي إلى أقل مما كان عليه عام ٢٠١١, إذ تراجع فيه أعداد السائحين إلى ٩,٥ مليون سائح وبدخل ٦ مليار دولار وهو ما يرجع إلى النصف الأول من العام الذي شهد حكم الإخوان وما تبع ذلك من بعض الدعوات التي أدت إلى تحجيم قطاع السياحة في «مصر» وألحقت به خسائر كبيرة كدعوات لمنع السياحة الشاطئية بزعم تعارضها مع الدين الإسلامي، بالإضافة إلى بعض الدعوات التي أطلقت وقتها أيضًا بتحطيم وتغطية التماثيل بزعم أنها «أصنام» ومن الواجب التخلص منها، وأيضًا بعض القرارات السياسية التي اتخذها الرئيس السابق «محمد مرسي» وكان لها بالغ الضرر على السمعة السياحية الدولية لمصر مثل القرار الذي اتخذه بتعيين محافظ للأقصر ممن اشترك في حادث الأقصر الإرهابي عام ١٩٩٧ وهو «عادل أسعد الخياط». وكان لهذا القرار أثر بالغ السوء على قطاع السياحة وصورة «مصر» كمقصد سياحي لدى العالم؛ مما دفع وزير السياحة المصري السابق «هشام زعزوع» إلى التهديد بتقديم استقالته إذا ما استمر هذا القرار وتم تنفيذه.

ولعل ما تبع ثورة ٣٠ يونيو ٢٠١٣ من الإطاحة بحكم الإخوان في «مصر» إلى مزيد من الدعوات المتفائلة بعودة السياحة وانتعاش حركة السياحة الوافدة إلى «مصر» مرة أخرى, ولكن ما صاحب هذه الفترة من عدم استقرار وانفلات أمني

مـع وجـود العمليـات الإرهابيـة التـي تهـدد السـياحة وأمـن السـائحين أدى أيضًـا إلى تراجـع في انتعـاش السـياحة وازدهارهـا وقلـة الأفـواج السـياحية الـواردة إلى «مـصر» مـع دعـوات بعـض الـدول الأجنبيـة بفـرض حظـر السـفر إلى «مـصر» أو تحذيـر بعـض الـدول الأخـرى رعاياهـا مـن زيارتهـا، ليـأتي عـام ٢٠١٤ ويحقـق زيـادة بسـيطة في أعـداد السـائحين القادمـين إلى «مـصر» ليقـدر بــ ١٠ مليـون سـائح ويبلـغ الدخـل السـياحي مقـدار ٧,٥ مليـار دولار وهـي زيـادة طفيفـة عـن عـام ٢٠١٣ وهـو مـا يرجـع إلى بعـض الحـوادث الإرهابيـة التـي اسـتهدفت السـائحين الأجانـب كـما هـو الحـال مـع الحـادث الإرهـابي في «طابـا» الـذي وقـع في بدايـة عـام ٢٠١٤ وتحديـدًا في شـهر فبرايـر, مـما أدى إلى انطـلاق الدعـوات مجـددًا بحظـر السـفر إلى «مـصر» مـن قبـل بعـض الـدول الأجنبيـة وهـو مـا أدى إلى بعـض التأثـر الـذي حـل بالقطـاع السـياحي.

ولعـل الانخفـاض الـذي لحـق بإيـرادات السـياحة في عـام ٢٠١٥ وأدى إلى انخفـاض الإيـرادات السـياحية وأعـداد السـائحين عـن العـام السـابق يرجـع إلى بعـض الأحـداث السـلبية التـي لحقـت بالسـياحة المصريـة وبالوضـع الأمنـي عامـة في «مـصر»؛ إذ شـهد عـام ٢٠١٥ دعـوات بعـض الـدول لمنـع السـفر إلى «مـصر» وخاصـة بعـد حـادث سـقوط الطائـرة الروسـية في شرم الشـيخ في أكتوبـر ٢٠١٥ ومـا تبعـه مـن دعـوات بعـض الـدول الأوروبيـة لحظـر السـفر إلى «مـصر»، بالإضافـة إلى بعـض العمليـات الإرهابيـة في سـيناء التـي أدت إلى بعـض التخـوف مـن قبـل السـائحين لزيـارة «مـصر».

ب- تنوع المنتج السياحي في «مصر»:

تتمتـع مـصر كمقصـد سـياحي بتنـوع مجـالات السـياحة, والتـي مـن أهمهـا السـياحة الثقافيـة والأثريـة باعتبارهـا مـن أقـدم أنـواع السـياحة في «مـصر»؛ حيـث الحضـارات القديمـة. وعـلى الرغـم مـن تعـدد أنـواع السـياحة وامتـلاك «مـصر» لمقومـات العديـد منهـا تظـل السـياحة الثقافيـة هـي المقـوم السـياحي غـير المتكـرر أو المتشـابه أو القابـل للمنافسـة؛ نظـرًا لمـا تمتلكـه «مـصر» إذ يوجـد بهـا ثلـث الآثـار المعروفـة في العـالم أجمـع[٨٩].

وتعـد السـياحة الثقافيـة والأثريـة مـن أهـم وأقـدم أنـواع السـياحة في «مـصر»؛ إذ إن «مـصر» بهـا العديـد مـن الآثـار المصريـة القديمـة واليونانيـة والرومانيـة والمتاحـف، وقـد نشـأت السـياحة الثقافيـة منـذ اكتشـاف الآثـار المصريـة القديمـة وفـك رمـوز الحـروف الهيروغليفيـة. وحتـى الآن لا تنقطـع بعثـات الآثـار والرحالـة السـائحين ومؤلفـي الكتـب السـياحية عـن «مـصر» وقـد صـدرت مئـات الكتـب بلغـات مختلفـة وكانـت وسـيلة لجـذب السـياح مـن كل أنحـاء العـالم لمشـاهدة «مـصر» وآثارهـا وحضاراتهـا القديمـة مـن خـلال متاحفهـا القوميـة والفنيـة والأثريـة(٩٠).

ويعتـبر تنويـع المنتـج السـياحي هدفًـا رئيسًـا دائمًـا لـوزارة السـياحة لترسـيخ مفهـوم صناعـة السـياحة الشـاملة التـي تعتمـد عـلى تكراريـة الزيـارة والاسـتمرار في مخاطبـة شرائـح جديـدة، ويتـم تحقيـق هـذا التنـوع مـن خـلال جهـود متواصلـة لإضافـة أنمـاط سـياحية جديـدة إلى المنتـج السـياحي المـصري, مثـل: سـياحة الجولـف، وسـياحة المؤتمـرات والمعـارض، والسـياحة الرياضيـة، والسـياحة البدويـة والريفيـة، وسـياحة السـفاري والمغامـرات ، والسـياحة العلاجيـة، والسـياحة البيئيـة، والسـياحة الثقافيـة، والسـياحة الترفيهيـة، وسـياحة الحوافـز، وسـياحة التعـرف عـلى الآثـار الغارقـة(٩١).

وتتعـدد أنـواع السـياحة في «مـصر»؛ حيـث تتشـابه بعـض الأنـواع مـع الأنشـطة التقليديـة للسـياحة والتـي تحـرص الـدول عـلى توفيرهـا لروادهـا مـن السـائحين والـزوار إلا أن مـصر تشـتهر بأنشـطة سـياحية لهـا شـكل مختلـف يسـعى القائمـون عـلى السـياحة فيهـا إلى اسـتحداثه وجـذب الأنظـار إليـه بأنشـطة غـير تقليديـة وتمثـل تجربـة فريـدة بالنسـبة للسـائح.

فمثــلًا .. توجــد في مــصر ســياحة مراكــز الغــوص والتــي تمثــل اليــوم نشــاطاً ســياحيًّا يلقــى رواجًــا كبــيرًا، وتُعــد مدينــة «شرم الشــيخ» مــن أكــبر مراكــز الغــوص في العــالم وتتمتــع بإمكانيــات بيئيــة وطبيعيــة فريــدة ومتنوعــة, مــما يجعلهــا أحــد أهــم المراكــز الرئيســة لجــذب الســياحة الدوليــة والداخليــة بالإضافــة إلى كونهــا مصيفًــا ومشــتى عالميًّــا لمحبــي الصيــد

والسياحة والغوص تحت الماء؛ ففيها أكبر مراكز الغوص المجهزة بأحدث الأجهزة مما جعلها تفوز بجائزة أفضل مقصد عالمي للغوص من قبل هيئة World Travel Awards خلال عام ٢٠٠٧[٩٢].

وبالنسبة للسياحة العلاجية كنوع مهم من أنواع السياحة التي تلاقي رواجًا كبيرًا لدى السائحين من مختلف الأماكن، ففي «مصر»[٩٣] لم تلق السياحة العلاجية الاهتمام الكافي ولم تستغل الاستغلال الأمثل حيث يصل عدد المناطق المصرية التي تصلح للسياحة العلاجية نحو ١٥ منطقة جغرافية تضم ١٣٥٦ عينًا للمياه المعدنية والكبريتية ذات الخصائص العلاجية, وتتمثل هذه المناطق في عيون حلوان بمدينة حلوان، وعين الصيرة في محافظة القاهرة ، وعين السليين التي تُعد مياهها من أعظم المياه المعدنية الصالحة للشرب, حيث أثبتت الدراسات فائدتها في علاج آلام المعدة والجهاز الهضمي وفي علاج تصلب الشرايين وارتفاع ضغط الدم، وحمام فرعون الذي يتسم بتوافر المياه الكبريتية الدافئة التي تصلح لعلاج الأمراض الروماتيزمية وكذلك واحة سيوة، ووادي النطرون، ووادي مريوط، وكوم أبو مينا بالصحراء الغربية، وعيون موسى، العين السخنة، وحمامات كليوباترا بمرسى مطروح وسيناء.

كما[٩٤] تمثل سياحة اليخوت نمطًا جديدًا أو نوعًا جديدًا من أنواع السياحة على أرض «مصر»، وتُعتبر منطقة البحر الأبيض مركزًا مهمًّا لسياحة اليخوت على مستوى العالم، حيث يجوب المنطقة أكثر من ثلاثين ألف يخت سنويًّا، واهتمت «مصر» بتشجيع سياحة اليخوت والبحوث الدولية وإقامة الموانئ المتخصصة على شواطئها، وقد شهد عاما ٢٠٠٦ / ٢٠٠٧ افتتاح عدد من مواني اليخوت البحرية مثل:

- مارينا نعمة: تعتبر أول مارينا لليخوت في خليج نعمة بشرم الشيخ ، تم إنشاؤها بأحدث الأساليب التكنولوجية، ويعد المشروع خطوة مهمة على طريق تنمية سياحة اليخوت.
- مارينا الغردقة: تقع على مساحة ستين ألف متر مسطح، وتستوعب مارينا

حـوالي ١٨٨ يختًـا في وقـت واحـد بالإضافـة إلى ١٢٨ وحـدة سـكنية وشـقة فندقيـة، وتعتـبر مارينـا نموذجًـا مثاليًـا لمارينـا دوليـة سـياحية عـلى أرض «مـصر».

- مارينـا البحـر الأبيـض المتوسـط: بورتـو مارينـا مدينـة عـلى البحـر المتوسـط تضـم مينـاء يخـوت يتسـع لأكـثر مـن ١٤٠٠ يخـت، ويعـد أول مينـاء يخـوت في أفريقيـا، كـما تضـم المدينـة العديـد مـن الملاهـي والمناطـق الترفيهيـة بالإضافـة إلى شـواطئ كاملـة خاصـة بالسـيدات.

ج- خطة هيئة التنمية السياحية المصرية حتى عام ٢٠١٧[٩٥]:

تهـدف خطـة هيئـة التنميـة السـياحية إلى تنشـيط السـياحة وزيـادة عـدد الغـرف السـياحية والدخـل السـياحي وفـرص العمـل حتـى عـام ٢٠١٧ والوصـول بأعـداد السـائحين إلي ١٦ مليـون سـائح وزيـادة عـدد الليـالي السـياحية إلي ١٣٠ مليـون ليلـة.

و تتمثل المحاور الرئيسة لاستراتيجية التنمية السياحية فيما يلي:

- تغيـير دور القطـاع العـام السـياحي بحيـث يصبـح مخططًـا ومشـجعًا وميـسرًا وتكثيـف دور القطـاع الخـاص.
- تطوير الإطار القانوني والمؤسسي.
- إمداد مناطق التنمية بالبنية الأساسية اللازمة.
- الحفاظ على البيئة.
- تحديد أولويات التنمية الشاملة.

٢- المملكة المغربية:

تشـــكل الســـياحة دورًا مهـــمًّا في اقتصـــاد «المغـــرب»، حيـــث تعـــد النـــواة الرئيســـة لقطـــاع الخدمـــات بالمغـــرب الـــذي يتوفـــر عـــلى شـــبكة طرقيـــة وســـككية, وتوجـــد بالمغـــرب العديـــد مـــن مواقـــع الـــتراث العالمـــي: الموقـــع الأثـــري وليـــلي، وقـــصر آيـــت بـــن حدو، ومـــازاكان (الجديـــدة)،

والمدينـة العتيقـة للصويرة، والمدينـة القديمـة في فـاس، والمدينـة العتيقـة لمراكـش، والمدينـة العتيقـة لتطـوان، والمدينـة التاريخيـة لمكنـاس، والفضـاء الثقـافي لسـاحة جامـع الفنا، ومدينة طنجة ومدينـة طانطـان[٩٦].

كـما يحتـل «المغـرب» مكانـة متقدمـة عـلى خريطـة السـياحة العالميـة، وقليلـة هـي البلـدان التـي تحظـى بمثـل مـا يحظـى بـه «المغـرب» مـن تنـوع في المنـاخ الرائـع الـذي يمنـح السـائح فـرص الاسـتجمام والمتعـة والسـياحة في أكـثر مـن فضـاء. والمعـروف أنـه يقـع عـلى واجهتـين بحريتـين مـن حـوض البحـر المتوسـط والمحيـط الأطلـسي، وشـواطئه التـي تمتـد عـلى طـول ٣٥٠٠ كـم توفـر للزائـر إمكانيـة ممارسـة هواياتـه في السـباحة والنزهـة وصيـد الأسـماك، وجبـال أطلـس المغربيـة التـي يصـل ارتفـاع بعـض قممهـا أكـثر مـن ٣٠٠٠ مـتر تهيـئ للسـائح أيضًـا رؤيـة غابـات الصنوبـر والبلـوط والأرز والمحطـات الجبليـة العليا المكسـوة بالثلـوج. إضافـة إلى هـذا التنـوع الفريـد تتوافـر الحمامـات المعدنيـة العلاجيـة المشـهورة في «المغـرب» منـذ زمـن بعيـد ويتربـع عـلى قمـة هـذه الـثروة السـياحية توافـر الآثـار في المـدن العتيقـة[٩٧].

وتهتـم «المملكـة المغربيـة» بقطـاع السـياحة كثـيرًا فيهـا، مسـتغلة بذلـك المميـزات السـياحية والمغريـات التـي تتوفـر بهـا؛ حيـث نجحـت في أن تسـتفيد مـن مناطـق الطبيعـة الخلابـة التـي توجـد بهـا واسـتحدثت أنواعًـا مـن السـياحة تماشـيًا مـع أماكـن ومغريـات الجـذب السـياحي بهـا مـن جبـال و شـواطئ وصحـارى مميـزة.

وقـد تمـت بلـورة اسـتراتيجية وطنيـة للتكويـن الفندقـي والسـياحي، تتمثـل في "مخطـط التنميـة المندمجـة"، وهـو مخطـط جـديد بطابعـه المندمـج والقطاعـي، ويهـدف هـذا البرنامج الذي تم تدشـينه منذ سنة ٢٠٠٢ إلى تطـوير التكـوين المهـني بالقطاع الفنـدقي والسياحي سواءً على المسـتوى الكيفي أو الكـمي، كـما تمت تعـبئة مـوارد تقنية ومالية مهمـة من أجل تنفيذ هذه الاسـتراتيجية، بفضـل الشراكات المتعـددة مـع الاتحـاد الأوروبي مـن خـلال برنامج "ميدا"، ومـع كندا وفرنسـا وألمانياأيضًا. ومـن بين المحاور

الاستراتيجية للمخطط توسيع البرنامج الوطني للتكوين وتأهيل وتقوية ما هو متوفر اليوم وتأهيل الموارد البشرية بالقطاع(٩٨).

وقد أنشأت "المغرب" مديرية الاستثمارات الخارجية في عام ١٩٩٦, وقامت بدور فعال في تنمية الاستثمار في "المغرب"؛ حيث تعمل على اتخاذ كل الإجراءات التي من شأنها إنعاش الاقتصاد المغربي وتقديم صورة حسنة عن "المغرب" كبلد مشجع للاستثمار، كما تقوم بحملات توعية تتمحور أساسًا حول ظروف الأعمال وحول فرص الاستثمار، وتعد هذه المديرية التابعة لوزارة الاقتصاد والمالية هي الجهة الرئيسة التي على المستثمرين الاتصال بها، كما أنها تعمل على توجيههم ومتابعة سير مشروعاتهم فهي المخاطب الأول للمستثمر الخارجي، وفي هذا المجال قامت الدولة بوضع الكثير من التشريعات والتسهيلات الإدارية لتشجيع الاستثمار السياحي في "المغرب"(٩٩).

أ- السياحة في المملكة المغربية:

ويتوفر في «المملكة المغربية» عدد من الأنشطة السياحية التي ساعد على استحداثها ووجودها المناطق السياحية ذات الطبيعة الخاصة التي تتميز بها ولا تتوافر في العديد من المناطق والدول الأخرى ومن هذه الأنواع السياحية التي تشتهر بها المملكة المغربية «سياحة المدن العتيقة».

حيث تركز النشاط السياحي الرسمي في «المغرب»، خلال عقود، على الموروث الثقافي الذي تعرضه المدن العتيقة الغنية بمآثرها التاريخية وصناعاتها التقليدية وثقافتها الشعبية, مثل: مدينة فاس، أول مدينة إسلامية في بلاد «المغرب»، والتي تعتبر متحفًا مفتوحًا مليئًا بالتاريخ. يضم جامعة القرويين العريقة وسلسلة من الأسواق التقليدية والفنادق التاريخية. ومراكش الحمراءأيضا تتوسطها صومعة الكتبية، ويثير اهتمام زوارها قصر البديع واستراحة المنارة وحدائق أكدال، علاوة على عالم الصناعة التقليدية المتنوع. إلى جانب ساحة «جامع الفنا» التي صنفتها هيئة «اليونسكو» تراثًا إنسانيًّا عالميًّا للآداب والفنون الشفوية، والتي تعتبر فضاءً مفتوحًا للفرجة الشعبية

الأصيلـة بمختلـف أشـكالها وألوانهـا. وليـس صدفـة أن يتـم اختيار مراكش لاحتضـان المهرجـان الوطنـي للفنـون الشـعبية, و"مكنـاس" و"الربـاط" و"سـلا"أيضا، ومدينـة "طنجـة" الملقبـة بعـروس الشـمال المطلـة عـلى البحـر الأبيـض المتوسـط والمحيط الأطلنطـي(١٠٠).

وتشـتهر "المملكـة المغربيـة" بتوفـر مقومـات السـياحة العلاجيـة بهـا؛ حيـث تعـد حمامـات مـولاي يعقـوب المعدنيـة الحـارة نموذجًـا للكثـير مـن الحمامـات المعدنيـة الكثـيرة المنتـشرة في أنحـاء "المغـرب" وتقـع حمامـات مـولاي يعقـوب عـلى بعـد عشريـن كيلومـترًا مـن "فـاس" ضمـن مشـهد تحيطـه التـلال القريبـة مـن سلسـلة جبـال الريـف، وتعتـبر مـن أحـدث الحمامـات المعدنيـة في "المغـرب"، وتحتـوي مياههـا المعدنيـة الطبيـة عـلى جميـع الخصائـص المتعـارف عليهـا دوليًـا بالنسـبة للعـلاج بالميـاه المعدنيـة، بالإضافـة إلى متطلبـات السـياحة الخاصـة بالعـلاج بهـذه الميـاه. ولموقـع "فـاس" ميـزة ذات أهميـة خاصـة في "المغـرب" وهـي غـزارة مياههـا؛ حيـث تمتـص الطبقـات الكلسـية في الأطلـس الأوسـط الميـاه لتكـون منطقـة مـن الميـاه الجوفيـة تتفجـر منهـا في سـهل يسـمى "سـهل سـايس"؛ حيـث تتجمـع ينابيـع كثـيرة وتتحـد لتغـذي نهـر فـاس أو عـلى الأصـح أنهـار فـاس يضـاف إلى ذلـك الينابيـع التـي تتفجـر مـن المناطـق الشـديدة الانحـدار التـي حفرهـا نهـر "فـاس" مسـيلًا لـه. وتمتـد بمدينـة فـاس قنـوات الميـاه, مثـل الشرايين لتصـل إلى كل مسـجد ومدرسـة وبيـت، وتتفجـر فيهـا عيـون نهـر سـبو وروافـده(١٠١).

ب- تنوع المنتج السياحي في المغرب:

وتتوفـر أماكـن الجـذب والمغريـات السـياحية في مختلـف أنحـاء «المغـرب» عـلى امتـداد المناطـق والمـدن المغربيـة المختلفـة حيـث تشـتهر كل مدينـة بميـزات خاصـة تجعـل لهـا مذاقًـا سـياحيًا خاصًـا, وفيـما يـلي اسـتعراض لبعـض المـدن والمناطـق السـياحية في «المغـرب».

- مدينة الرباط: (١٠٢)

تمكنـت مدينـة الربـاط مـن النمـو والتقـدم بطريقـة متناغمـة، حيـث إن الدقـة الهندسـية واضحـة في كل مـكان وبهـا عـدد مـن المـزارت السـياحية التـي تجـذب الانتبـاه لهـا, مثـل:

صومعة حسان، وضريح محمد الخامس، وقصبة الوداية، والمدينة القديمة، وشارع القناصل، كما أن بها عشرات المؤسسات الثقافية الدولية والعديد من المتاحف مثل: المتحف الأثري، متحف الخزف، متحف الوداية، متحف بريد المغرب، متحف العملات، والمتحف الإثنوغرافي بلغازي.

- مدينة أغادير:

مدينة ساحلية معتدلة الطقس، ويوجد بها وادي الطيور وهو عبارة عن حديقة حيوان مصغرة تهتم بكل أنواع الطيور وبعض الحيوانات الأخرى، تقع على بضع خطوات من الشاطئ، تجلب إليها الصغار والكبار على حد سواء لما تقدمه من معلومات تخص الطيور وأنواعها وهجرتها. وتتوفر في هذه الحديقة أصناف عديدة من الطيور والحيوانات التي جعلها تتميز عن باقي حدائق المغرب(١٠٣).

وقد تعرضت مدينة «أغادير» لزلزال مدمر في عام ١٩٦٠ أدى إلى وفاة أكثر من ١٥٠٠٠ شخص من السكان تحت الأنقاض ودمرت معالم المدينة بالكامل؛ إلا أن جهود المملكة في إعادة إعمار المدينة لم تتوقف حيث استطاعت «المغرب» أن تنهض بالمدينة مرة أخرى وتعيد إعمارها بشكل يؤهلها لأن تظل مدينة سياحية جاذبة للسائحين، ومما شجع على ذلك أيضًا اهتمام «المغرب» بتشجيع الاستثمار السياحي بمدينة أغادير؛ حيث فتحها الملك مجانًا لسياحة الإقامة والسماح للسائحين ممن يريدون تملك الوحدات السكنية فيها مما أدى إلى ازدهار وتنشيط السياحة فيها.

- الدار البيضاء «Casa Blanca»:

يوجد فيها «المدينة القديمة» وهي عبارة عن مجموعة من الأسوار تحيط بمدينة الدار البيضاء القديمة، وهي تضم الآثار الأكثر قدمًا بالمدينة. وتحتوي المدينة القديمة على «حي القناصلة» الذي كانت تتواجد به القوى الأجنبية وسط المدينة، والذي عرف تدفقًا هائلًا من الأوروبيين في القرن التاسع عشر وذلك نتيجة للرواج التجاري الذي عرفته المدينة. كما يوجد أيضًا «حي الملاح» وهو الحي اليهودي القديم، والذي يوجد بالجهة المقابلة للساحل(١٠٤).

- مدينتا «فاس ومكناس»:

تعتبر مدينة «فاس», التي تم تصنيفها ضمن التراث الإنساني العالمي من قبل منظمة اليونسكو, إحدى أكبر المدن العربية ويوجد بها المدرسة البوعنانية المتميزة التي يعود بناؤها إلى القرن الرابع عشر، وتعتبر هذه المدرسة القرآنية كنزًا للمعمار الأسباني - الإسلامي. وتعتبر ساحة المدرسة المركزية المكسوة بالرخام والعقيق اليمني تحفة فنية. وبالنسبة لمدينة «مكناس» فقد تم تصنيف المدينة ضمن التراث الإنساني العالمي من قبل منظمة اليونسكو بفضل مدينتها العتيقة وآثار القصر الملكي، فقد قرر السلطان العلوي (مولاي إسماعيل) خلال القرن السابع عشر أن يجعل من هذه المدينة أجمل وأقوى مدينة سلطانية «بالمغرب». و ضريح السلطان (مولاي إسماعيل) معلمة تستحق الزيارة[١٠٥].

وتعد مدينة «فاس» عاصمة عريقة للثقافة والعلوم الدينية بالمغرب, وتشهد المدارس العتيقة الرائعة الموجودة في مختلف أنحاء هذه الحاضرة بمجدها وأصالتها كمهد للعلم والمعرفة والمدرسة العتيقة في الموروث الثقافي التاريخي المغربي هي مؤسسة علمية تحفظ القرآن, وتعلم كافة أنواع العلوم التقليدية بما في ذلك الرياضيات والنحو والتاريخ وعلم الفلك والطب وغيرها من المعارف الكلاسيكية الأخرى والمدرسة العتيقة في التاريخ المغربي، وفي فاس بالتحديد، تعمل على استقبال وإيواء الطلبة القادمين من المناطق الأخرى طلبًا للعلم[١٠٦].

- مراكش:

يوجد بها أزقة المدينة العتيقة، التي يعود تاريخها إلى العصور الوسطى، وتتوفر فيها مختلف الملابس التقليدية المصنوعة وفق طرق موروثة. كما يوجد فيها «قصر الباهية الرائع»، إلى جانب ما تزخر به من شقق فاخرة و باحات سرية وغيرها من الحدائق الأندلسية المختلفة. بالإضافة إلى «متحف دار سي سعيد» الذي يستحق الزيارة نظرًا لثرائه المعماري. ولأن المتحف مخصص للفن المغربي فسوف يحمل الزائر إلى نمط الحياة المغربية بما فيها من تفاصيل يومية[١٠٧].

ج- استراتيجية السياحة المغربية المستقبلية:

رؤية عام ٢٠٢٠[١٠٨]:

تقـوم رؤيـة ٢٠٢٠ عـلى الاسـتمرار في جعـل السـياحة أحـد المحـركات الرئيسـية للتنميـة الاقتصاديـة والاجتماعيـة والثقافيـة «بالمغـرب». ويتمثـل طموحهـا في أن تكـون البـلاد مـن بـين أكـبر عشريـن وجهـة عالميـة بحلـول عـام ٢٠٢٠ وفـرض نفسـها كمرجـع في مجـال التنميـة المسـتدامة في منطقـة البحـر الأبيـض المتوسـط.

وحاليًّـا تتركـز السـياحة في «المغـرب» إلى حـد كبـير في وجهتـين رئيسـتين اثنتـين: مراكـش وأغاديـر، والتـي تمثـل أكـثر مـن نصـف ليـالي المبيـت الدوليـة. ولا يسـمح هـذا التركيـز الجغـرافي بإبـراز كافـة إمكانـات «المغـرب». لذلـك تـم إطـلاق سياسـة جديـدة للتهيئـة والتنميـة، حيـث تـم إنشـاء ثمانيـة مناطـق منسـجمة. ويتمثـل الهـدف مـن ذلـك في جعلهـا تتبـوأ مكانـة دوليـة مرموقـة ومسـاعدتها في أن تكـون وجهـة سـياحية قائمـة بذاتهـا.

ويمكن إيجاز رؤية ٢٠٢٠ فيما يلي[١٠٩]:

- الالتزام : «الاسـتمرار في جعـل السـياحة أحـد محـركات التنميـة الاقتصاديـة والاجتماعيـة والثقافيـة في المغـرب».

إن التحـولات العميقـة والسريعـة التـي عرفتهـا البـلاد خـلال السـنوات العـشر الأخـيرة والأسـس المتينـة التـي وضعتهـا رؤيـة ٢٠١٠ بالإضافـة إلى الفـرص التـي تتيحهـا التوجهـات الجديـدة للسـياحة العالميـة، تسـمح «للمغـرب» بوضـع طموحـات كبـيرة لتنميـة السـياحة في العشريـة المقبلـة تسـتمد جذورهـا مـن القيـم الأساسـية والمؤهـلات التـي تميـز المغـرب عـن باقـي الوجهـات السـياحية:

- الأصالـة: رسـخت السـياحة المغربيـة ازدهارهـا وتموقعهـا منـذ عـدة عقـود باعتمادهـا عـلى الأصالـة. وقـد سـمح هـذا الاختيـار بتميـز تنافسـية «المغـرب» وتموقعـه مقارنـة مـع الوجهـات المنافسـة المبـاشرة التـي ارتكـزت في معظمهـا

على السياحة المكثفة. وستعزز رؤية ٢٠٢٠ هذا الاختيار التاريخي من خلال منهجية استباقية مبتكرة تحافظ وتعزز التراث الثقافي والطبيعي للمملكة.

- التنوع: إن التنوع أهم ميزة للسياحة «بالمغرب»؛ حيث تشهد تنوعًا في المناطق والمناظر الطبيعية وأيضًا في الثروات الطبيعية والنظم الإيكولوجية وتنوع الثقافات والتأثيرات (الإفريقية والأوروبية). وبذلك ستعزز رؤية ٢٠٢٠ هذا التنوع من خلال سياسة طموحة لتهيئة التراب الوطني.

- الجودة: سيظل تطوير الطاقة الإيوائية الجديدة هدفًا إستراتيجيًا لرؤية ٢٠٢٠ التي ستعمل على تحسين القدرة التنافسية لجميع حلقات السلسلة السياحية، و خاصة ترسيخ ثقافة حقيقية لجودة الخدمات السياحية وتطوير عرض مبتكر في مجال التنشيط السياحي.

- الاستدامة: ستضع رؤية ٢٠٢٠ التنمية المستدامة في قلب طموحها، وذلك مواكبة للتوجهات العامة المعتمدة في البلاد. فالمغرب الذي تمكن من الحفاظ على موارده وأصالته, يتوفر في هذا الصدد على إمكانيات حقيقية وكبيرة، تسمح له بالتموقع والتميز في محيط يعرف بحدة التنافسية والتغير المستمر.

- الطموح: «في سنة ٢٠٢٠، سيكون المغرب ضمن الوجهات العالمية العشرين المفضلة للسياح وسيفرض نفسه كمرجع للتنمية المستدامة في الحوض المتوسطي».

- الهدف, «مضاعفة حجم القطاع»:

- مضاعفة الطاقة الإيوائية بإحداث ٢٠٠ ألف سرير جديد، من بينها ١٥٠ ألف سرير فندقي و٥٠ ألفًا في مؤسسات مماثلة، من أجل توفير تجربة سياحية غنية وشاملة للسياح.

- مضاعفة عدد السياح الوافدين من خلال مضاعفة الحصة من الأسواق الأوروبية الرئيسية وجذب مليون سائح من الأسواق النامية.
- مضاعفة عدد الأسفار الداخلية ثلاث مرات بهدف دمقرطة السياحة في البلاد.
- خلق ٤٧٠ ألف منصب شغل جديد مباشر في مجموع التراب الوطني من أجل توظيف قرابة مليون مغربي بنهاية العشرية.
- الرفع من العائدات السياحية من أجل بلوغ ١٤٠ مليار درهم في ٢٠٢٠.

٣- المملكة الأردنية الهاشمية:

يتمتع «الأردن» ببيئة سياحية قلَّ مثيلها في العالم ، سواءً على مستوى المواقع الأثرية والتاريخية أو المواقع الدينية والمقدسات أو الطبيعة الخلابة في الجبال والأغوار والصحراء، أو لجهة المناخ المعتدل صيفًا وشتاءً، هذا إضافة إلى مزايا الموقع الجغرافي المتوسط بين ثلاث قارات، وتوافر الأمن والاستقرار السياسي والاجتماعي، وكرم الناس وحسن استقبالهم للضيف[١١٠].

وقد غدت السياحة في «الأردن» صناعة تصديرية، حيث تجاوز دخلها بليوني دينار للعام ٢٠٠٨ والذي شكل ما نسبته ١٤٪ من الناتج القومي، كذلك فقد تمكنت من خلق ٣٨٠٠ فرصة عمل مباشرة, فهي تعتبر من الصناعات التصديرية التي تتصدر الرقم الأول ويليها قطاع الصناعة الدوائية وتكنولوجيا المعلومات ومن ثم الزراعة[١١١].

وفي «الأردن» يشكل قطاع السياحة موردًا مهمًّا للعملات الأجنبية، ويشكل الدخل منه أكثر من عشر الناتج المحلي، ويتوقع أن يشكل هذا القطاع في بلد مثل «الأردن» – حيث الموارد الطبيعية شحيحة - أحد الأعمدة الرئيسية للاقتصاد، بل يمكن أن يكون قطاعًا رائدًا، إذا ما أحسن استغلاله وجرى توظيف المقومات السياحية لخدمة الاقتصاد الأردني على النحو الصحيح[١١٢].

وتسعى «الأردن» من خلال قانون تشجيع الاستثمار إلى خلق المرافق السياحية في المناطق غير المتطورة حاليًّا في «الأردن» مثل: البحر الميت، ووادي رم، والمحميات الطبيعية، والآثار الرومانية في الشمال، حيث توجد فرص للمزيد من الاستثمار والأنشطة وخاصة في سياحة المغامرة والسياحة البيئية، بالإضافة إلى المواقع الدينية التي تولي «الأردن» اهتمامًا متزايدًا بها في الألفية الجديدة, التي لا يزال العديد منها غير متطورة، وتتطلب استثمارًا لجذب واستضافة الأعداد المتوقعة من السياح. كما حفزت «الأردن» على تشجيع الاستثمار من خلال الإصلاحات التي قامت بها المملكة إلى جانب تطوير البنية التحتية الداعمة للمشروعات السياحية من أجل تشجيع المستثمرين على الاستثمار في هذا القطاع, ونوهت «الأردن» إلى أن المستثمرين الأجانب المباشرين الراغبين في إنشاء فنادق ومجتمعات استجمام وترفيه ومراكز مؤتمرات ومعارض يحظون بمعاملة مماثلة لتلك التي تحظى بها الشركات الأردنية. كما وفرت الحكومة الأردنية إعفاءات على الجمارك والرسوم على الموجودات الثابتة إضافة إلى إعفاء نسبته ٧٥٪ على ضريبتي الدخل والخدمات الاجتماعية ولمدة عشر سنوات(١١٣).

أ- قطاع السياحة في الأردن:

تولي السياحة الأردنية قسطًا كبيرًا من اهتمامها لتوجهه للدول العربية والسياحة الوافدة من الوطن العربي إيمانًا منها بأهمية السوق السياحي العربي وتشجيع السياحة العربية البينية, وذلك اعتقادًا من القائمين على قطاع السياحة في «الأردن» بأن السياحة العربية البينية هي السبيل لإنقاذ قطاع السياحة في الدول العربية لاسيما بعد تأثر قطاع السياحة بالأزمات السياسية, وما يعرف بأحداث الربيع العربي وظروف عدم الاستقرار السياسي في بعض الدول العربية.

وقد سجلت السياحة الأردنية تجربة ناجحة في تعاملها مع أسواق السياحة الإقليمية المحيطة «بالأردن» وخاصة الدول الخليجية الشقيقة، وقد عوضت السياحة الخليجية - من خلال معدلات النمو العالية والقياسية التي سجلتها المملكة- التراجع

السـياحي مـن أسـواق السـياحة العالميـة. وقـد أثبتـت هـذه التجربـة الناجحـة أن السـياحة البينيـة العربيـة تقـوم بـدور رائـد في تغطيـة العجـز السـياحي للـدول العربيـة نتيجـة الظـروف الاسـتثنائية التـي يمكـن أن تمـر بهـا أسـواقها السـياحية، كـما أن تعزيـز هـذه الظاهـرة يخلـق أجـواءً حقيقيـة للتكامـل العـربي ليـس في بعـده الاقتصـادي فقـط, وإنمـا في جوانبـه الثقافيـة والاجتماعيـة أيضًـا؛ حيـث تعمـل السـياحة عـلى دمـج المجتمعـات العربيـة بعضهـا مـع بعـض[١١٤].

ولأهميـة قطـاع السـياحة في «الأردن» مـا يـدره مـن دخـل كبـير سـاهم بشـكل كبـير ومبـاشر في تقليـص نسـب البطالـة بـين الشـباب الأردني وامتهـان الكثـير مـن الشـباب الأردني لمهـن لهـا علاقـة بقطـاع السـياحة ولهـذا يـولي القائمـون عـلى القطـاع السـياحي الأردني اهتمامًـا كبـيرًا لمهنـة الدليـل السـياحي وذلـك للأسـباب الآتيـة[١١٥]:

١- الدليـل السـياحي هـو وجـه الوطـن الـذي يمثـل أبنـاء الشـعب بمختلـف اتجاهاتـه وأفـكاره وعاداتـه؛ حيـث إنـه يكـون الشـخص الوحيـد الـذي سـيتعامل معـه الزائـر بصـورة مبـاشرة وشـخصية وعليـه أن يكـون مقنعًـا وذا شـخصية قويـة ليؤثـر عـلى الزائـر وأن يكـون اجتماعيًّـا.

٢- الدليـل السـياحي وبحكـم طـول المسـافة وطـول المـدة التـي يتعامـل بهـا مـع الزائـر؛ فهـو الوحيـد الـذي قـد يغـير مـن المفاهيـم الخاطئـة عـن الوطـن, ويعطـي الصـورة الجيـدة التـي تدفـع بهـؤلاء الـزوار إلى تشـجيع غيرهـم عـلى القـدوم وزيـارة هـذا البلـد أو ذاك.

ب- المنتج السياحي في الأردن:

إن «الأردن» يتمتـع بتوفـر العديـد مـن المعـالم السـياحية الطبيعيـة التـي تجـذب أعـدادًا كبـيرة مـن السـياح فعـلى الصعيـد الطبيعـي يعتـبر «الأردن» متحفًـا متنوعًـا لمظاهـره التضاريسـية المتنوعـة، ويتبـين أن تنـوع طبيعـة «الأردن» ومناخـه تسـاعد عـلى نشـاط حركـة السـياحة عـلى مـدار العـام؛ حيـث تسـتقبل منطقـة الأغـوار والبحـر الميـت والعقبـة السـياحَ في فصـل الشـتاء في حـين تسـتقطب المناطـق المرتفعـة السـياح في فصـل الصيـف[١١٦].

تضم أماكن الجذب السياحية «للأردن» زيارة المواقع التاريخية ، مثل البتراء الشهيرة (موقع اليونسكو للتراث العالمي اعتبرها واحدة من عجائب الدنيا السبع الجديدة في العالم)، ونهر الأردن، وجبل نيبو، والعديد من المساجد والكنائس في القرون الوسطى، بالإضافة إلى المواقع الطبيعية غير الملوثة (مثل وادي رم والمنطقة الجبلية الشمالية في الأردن بشكل عام) فضلًا عن المواقع الثقافية والدينية والتقليدية. كما يقدم «الأردن» السياحة العلاجية بالأخص في منطقة البحر الميت، وفي مناطق أخرى عدة؛ حيث تتوافر كل مقومات العلاج الطبيعي من مياه حارة غنية بالأملاح، إلى طين بركاني، وصولًا إلى ممارسة رياضة المشي والغوص في الشعاب المرجانية في العقبة[١١٧].

كما يوجد «بالأردن» عددًا من المتاحف الأثرية الجديرة بالزيارة وتشمل هذه المتاحف ما يلي: متحف الآثار الأردني بجبل القلعة بالأردن، ومتحف آثار السلط، ومتحف دار السرايا (إربد)، ومتحف آثار أم قيس، ومتحف سمرقند بجامعة آل البيت، ومتحف الفلكلور الأردني (المدرج الروماني بعمان)، ومتحف التراث الشعبي الأردني، ومتحف آثار إربد (تل إربد)، ومتحف الحلي والأزياء الشعبي، ومتحف صرح الشهيد، ومتحف الحياة الشعبية (الجامعة الأردنية)، المتحف الوطني للفنون الجميلة بعمان- جبل اللويبدة، ومتحف آثار عجلون بقلعة عجلون، متحف آثار جرش، متحف الحياة الشعبية بالسلط، المتحف الأثري في «مادبا».

ويعتبر «الأردن» واحدًا من الدول الرائدة في مجال الاستشفاء العلاجي، حيث إنه بالإضافة إلى موارده الطبيعية العلاجية من المياه المشبعة بالمعادن وشلالات المياه الساخنة والوحل البركاني، فإن الله أيضًا قد حباه بالعديد من المستشفيات المتميزة والأطباء البارعين, والذين أكسبوا «الأردن» مكانة معروفة في كافة أنحاء العالم . ويعول «الأردن» كثيراً على السياحة العلاجية؛ حيث يزوره سنويًا زهاء ١٢٠ ألفًا من مواطني الدول العربية الشقيقة الذين أجريت لهم بصورة خاصة عمليات قلب مفتوح ونقل كلى أو خضعوا لعلاجات من العقم[١١٨].

كما [١١٩] أن هنالك العديد من المواقع السياحية الغنية بالمياه المشبعة بالمعادن والوحل البركاني، واللتين تجعلان منها منتجعات استشفائية يرتادها العديد من الأشخاص. وفيما يلي عرض لبعض من أهم تلك المواقع الاستشفائية:

- البحر الميت (بحيرة لوط، أو بحر الملح):

يقع غرب مدينة عمان و على مسافة (٥٥) كم, ويعد أخفض بقعة عن مستوى سطح البحر في العالم، وقد شهد حقبًا تاريخية متعاقبة، وغدا أكثر المناطق جذبًا للسياح الباحثين عن الدفء والطبيعة في فصل الشتاء والغرابة التي تتمثل بكونه بحرًا لا تعيش فيه الكائنات الحية بسبب ارتفاع كثافة الأملاح في مياهه، ورغم أنه فقير بالكائنات الحية فإن الملوحة الشديدة تشكل كنزًا ثمينًا لما تحويه من المعادن، فضلًا عم كونه مقصدًا مهمًّا للسياحة العلاجية، حيث تعد مياهه المالحة علاجًا لكثير من الأمراض المستعصية كالصدفية وغيرها من الأمراض الجلدية, وذلك عن طريق الاستحمام أو استخدام المنتجات الطبية التي تستخرج منه ويتم تسويقها في مختلف بقاع العالم.

ويحيط بالبحر الميت اليوم عدد من الفنادق الراقية والمقاهي الحديثة المنتشرة على شاطئه حيث يمكن للزائر أن يستمتع بوقته؛ نظرًا إلى أن مستلزمات المتعة متوفرة كالملاعب والحمامات والمتنزهات وكل الأدوات الخاصة بالسباحة أو العلاج.

- حمامات ماعين:

تقع بالقرب من البحر الميت وتمتاز بالينابيع المعدنية الحارة, والتي تصل حرارتها إلى أكثر من خمسين درجة مئوية، وهي ذات خاصية علاجية ممتازة، وتتدفق هذه المياه على شكل شلال رائع، وقد أصبحت موقعًا مهمًّا من مواقع السياحة العلاجية إلى جانب البحر الميت.

- الحمة الأردنية:

تقع على بعد ١٠٠ كيلو متر إلى الشمال من عمان، وتعتبر واحدة من أكثر المواقع العلاجية والسياحية الحيوية في المنطقة. ولقد تم مؤخرًا تأسيس منتجع وبعض العيادات التي توفِّر العديد من الخدمات لزائري تلك المنطقة. كما يتوفر مركز للأشخاص الذين يعانون أمراضًا ومشكلات في الجهاز التنفسي علاوة على مراكز توفِّر العلاج للذين يعانون الأمراض الجلدية والأمراض المتعلقة بالجهاز العصبي والمفاصل. ومن ناحية أخرى يوجد «فندق الحمة» وهو مجهز للزوار الذين يرغبون بالبقاء لمدة أكثر من ليلة واحدة.

- حمامات عفرا:

تقع في جنوب الأردن، حيث تتوفر المياه الحارة من أكثر من ١٥ مصدرًا لتملأ أجواء المكان بالمعادن الشافية. ويقول الخبراء إن هذه المياه على وجه التحديد تعمل بصورة فاعلة على معالجة العقم والدوالي وفقر الدم والروماتيزم.

وقد نجحت «الأردن» بشكل كبير في استقطاب السياح العرب والأجانب إلى أراضيها؛ نظرًا إلى ما تقوم به من جهود إعلامية ترويجية كبيرة في هذا المجال؛ مما أهلها لتدعم مدينة «البتراء» لتكون من ضمن عجائب الدنيا السبع وفقًا للتصنيف العالمي الحديث, كما أنها اجتهدت كثيرًا لتدعم البحر الميت كأخفض بقعة على وجه الأرض وذلك في مسابقة عجائب الدنيا السبع التي نظمت في عام ٢٠١١ بينما لم يتم اختياره ضمن هذه القائمة.

وكما تبرز «مدينة جرش الأردنية» كمدينة تاريخية شهيرة تغري السائحين لزيارتها والإقبال عليها كمقصد سياحي مهم, وهي مدينة تاريخية رومانية، ويساعد على لفت الأنظار لهذه المدينة «مهرجان جرش للثقافة والفنون» - الذي يقام في «يوليو» من كل عام - وما يتميز به من عروض فلكلورية وحفلات وأمسيات ثقافية وشعرية إلى جانب بيع المنتجات التقليدية الأردنية.

ج- الاستراتيجية الوطنية للسياحة للأعوام من ٢٠١١-٢٠١٥:[١٢٠]

تستند الاستراتيجية الوطنية للسياحة للأعوام ٢٠١١-٢٠١٥ إلى الإنجازات المهمة التي حققتها الاستراتيجية الأولى للأعوام (٢٠٠٤-٢٠١٠)، وهي الفترة التي قام فيها «الأردن» بتعزيز سمعته ومكانته كمقصد سياحي يجتذب كلًّا من الزوار والمستثمرين. وإن دوام النجاح في المستقبل يفرض تحديات جديدة أمام كافة أصحاب المصلحة في القطاع من حيث الحفاظ على مستويات الحماس والتقدم ووضع «الأردن» على الخارطة كوجهة سياحية رفيعة المستوى، ورفع التنافسية في القطاع إلى المستوى المطلوب من أجل دعم النمو المستدام على المدى البعيد. وتم الاتفاق على أن تناط مسؤولية تنفيذ الاستراتيجية الوطنية الجديدة للسياحة للأعوام ٢٠١١-٢٠١٥ بالقطاع الخاص بمشاركة من القطاع العام، وأن تستجيب الاستراتيجية للوقائع الجديدة في القطاع على المستويين المحلي والعالمي. كما تم وضع أنشطة محددة للتنفيذ وأهداف طموحة للنمو بما يتماشى مع الهدف المتمثل في تحسين مستوى التنافسية وتحقيق الاستدامة، وذلك من أجل تعظيم مساهمة قطاع السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في «الأردن»، بالإضافة إلى المساهمة في إنجاح مؤسسات الأعمال والحفاظ على الإرث الحضاري والمواقع الطبيعية.

<<<

الفصل الرابع

التلفزيون والسياحة

تمهيد:

يركـز الفصـل الحـالي عـلى عـرض الـدور الـذي يقـوم بـه التلفزيـون في خدمـة قطـاع السـياحة والترويـج للنشـاط السـياحي في الـدول المختلفـة وذلـك مـن خـلال إلقـاء الضـوء عـلى المضامـين التلفزيونية السـياحية المتنوعـة (سـواءً المبـاشرة منهـا أو غـير المبـاشرة)، والتعـرف عـلى كيفيـة اسـتغلال إمكانيـات التلفزيـون لتعزيـز هـذا الـدور المهـم، وعـرض عـدد مـن تجـارب القنـوات الفضائيـة السـياحية المتخصصة.

دور التلفزيون في تحقيق التنمية السياحية:

يعتقـد البعـض أن السـياحة تنمـي نفسـها بطبيعتهـا وهـذا خطـأ جسـيم؛ لأن نمـو النشـاط السـياحي لا يتـأتى إلا وفـق تخطيـط دقيـق لبرنامـج إعلامـي قـوي ومحكـم تراعـى فيـه كافـة الاعتبـارات الإعلاميـة وتسـتخدم مـن خلالـه كافـة الأنشـطة الاتصاليـة والأسـاليب الإقناعيـة المختلفـة عـن طريـق جهـاز إعلامـي قـوي يقـوم عـلى أسـس علميـة سـليمة[١٢١].

ويقـوم الإعـلام في مجـال السـياحة بـدور مهـم؛ إذ يقـع عـلى عاتـق وسـائل الإعـلام أن تقـدم معلومـات عـن المـزار السـياحي والمغريـات التـي تتوفـر فيـه بشـكل يشـجع ويرغِّـب المتلقـي في زيـارة هـذا المـزار خاصـة أن وسـائل الإعـلام تعـد هـي المصـدر الأسـاسي في الحصـول عـلى المعلومـات عـن المناطـق والأماكـن التـي لم يسـبق للمتلقـي أن زارهـا أو شـاهدها, فتقـوم وسـائل الإعـلام هنـا بـدور صانـع الصـورة الذهنيـة عـن شـعب أو بلـد أو مـكان معـين, وتصـل قـوة هـذه الصـورة المنطبعـة مـن وسـائل الإعـلام إلى حـد ثبـات هـذه الصـورة إلى مـدة طويلـة إلى أن تتأكـد أو يثبـت العكـس مـن خـلال زيـارة الإنسـان لهـذه الدولـة.

وقـد اقـترح البعـض أن[١٢٢] السـفر العقـلي أو السـفر التخيـلي وبواسـطة ثقافـة وسـائل الإعـلام أصبـح بديـلًا عـن السـفر البـدني. وذلـك لتوضيـح مـدى أهميـة الإعـلام السـياحي في تشـكيل صـورة ذهنيـة عـن المقصـد السـياحي وتشـجيع السـفر إلى هـذا المـكان المقـدم

مـن خـلال وسـائل الإعـلام لدرجـة جعلـت بعـض المتلقـين أن يكتفـوا بالسـفر العقـلي دون الحاجـة إلى السـفر البـدني أو الحقيقـي لهـذا المـكان.

وفي المقابـل أيضًـا تـؤدي وسـائل الإعـلام دورًا موازيًـا لذلـك إذ قـد تشـجع المتلقـي عـلى السـفر لهـذا المـكان المقـدم مـن خـلال تحفيـزه لرؤيـة هـذا المـكان أو الدولـة مـن خـلال الانتقـال لهـا وذلـك بعـد أن شـجعه المضمـون المقـدم في الوسـيلة الإعلاميـة عـلى السـفر والترحـال ومشـاهدة هـذه الأماكـن عـلى الطبيعـة وتجربـة خـبرة السـفر لهـذا المـكان, وهـذا أيضًـا مـا أثبتتـه بعـض الدراسـات حيـث أوضحـت إحـدى الدراسـات[١٢٣] أن صـورة المقصـد السـياحي لهـا تأثـير دال وغـير مبـاشر عـلى سـلوك الزيـارة المسـتقبلي للمـكان، حيـث إن صـورة المقصـد السـياحي تؤثـر بشـكل مبـاشر عـلى رضـاء السـائح عـن المقصـد، وبالتـالي تؤثـر بشـكل غـير مبـاشر في سـلوك السـفر المسـتقبلي كـما أنـه وبشـكل دالٍّ فـإن رضـاء السـائح عـن المقصـد السـياحي يؤثـر في سـلوك الزيـارة المسـتقبلية.

وبالتـالي فقـد أصبـح الإعـلام السـياحي ضروريًـا لمواكبـة التطـور الـذي حـدث في مجـال السـياحة واسـتحدث أسـاليب جديـدة لتنشـيط الإعـلام السـياحي في الداخـل والخـارج, خاصـة أن الجهـات المسـئولة عـن السـياحة قـد وضعـت شـعارًا جديـدًا مـؤداه أن الإعـلام شريـك وليـس رقيـب في عمليـة الترويـج السـياحي وتطويـر صيغـة المشـاركة مـع الإعـلام باعتبـار أن الإعـلام والسـياحة تربطهـما علاقـة تفاعـل كـبرى مـن العمـل عـلى محـاور التنشـيط والتنميـة والجـودة السـياحية؛ مـما يلقـي المسـئولية عـلى الإعـلام السـياحي وعـلى أهميـة دوره في مجـال السـياحة[١٢٤].

ويتـاح لوسـائل الإعـلام في هـذا الصـدد المشـاركة في التنميـة السـياحية بأشـكال وأدوار مختلفـة يمكـن أن تقـوم فيـه وسـائل الإعـلام بـدور مبـاشر في المسـاهمة بتنميـة السـياحة في دولـة مـا وتتمثـل بعـض هـذه المسـاهمات في[١٢٥]:

- عـرض خطـط التنميـة السـياحية والمشروعـات الاسـتثمارية في المناطـق السـياحية الجديـدة عـلى المسـتثمرين الأجانـب تشـجيعًا لهـم عـلى اسـتثمار رءوس الأمـوال في هـذه المشروعـات بمـا يضيـف طاقـات اسـتيعابية جديـدة إلى الطاقـات المتوافـرة.

- إبـراز عنـاصر الجـذب المتوافـرة بالمناطـق السـياحية الجديـدة, مثـل: خلـو البيئـة مـن التلـوث، وكـرم الضيافـة، وحسـن معاملـة الأجانـب، وانخفـاض معـدل الجريمـة وغـيره.

- فتـح أسـواق جديـدة أمـام السـياحة في أسـواق بديلـة (مثـل: مخاطبـة أسـواق دول شرق آسـيا، والهنـد، وأمريـكا اللاتينيـة) لم تمـارس فيهـا جهـود التنشـيط بشـكل مكثـف مـن قبـل.

- استخدام أجندة المناسبات الأثرية والثقافية والموسيقية والرياضية في الجذب السياحي.

- وضـع أحـداث الإرهـاب في إطارهـا وحجمهـا الصحيـح بالتعـاون مـع أجهـزة الدولـة الأخـرى والبعثـات الدبلوماسـية بالخـارج.

- الوصـول إلى المسـتهلك أو إلى السـائح الأجنبـي باسـتخدام وسـائل الإعـلام الـدولي واسـعة الانتشـار لإعلامـه والتأثـير عليـه بالجهـود التنشـيطية المختلفـة.

ويعـد التلفزيـون مـن أهـم الوسـائل الإعلاميـة التـي يمكـن أن تقـوم بـدور هائـل في مجـال الإعـلام السـياحي لاسـيما إذا تـم الاسـتفادة مـن إمكانياتـه في تحقيـق هـذا الـدور التنمـوي, وذلـك نظـرًا إلى مـا يمتلكـه مـن إمكانيـات فنيـة جذابـة مـن حيـث الاسـتعانة بالعنـاصر الفنيـة والإخراجيـة التـي تركـز عـلى إبـراز المغريـات والمنتجـات السـياحية بالشـكل المرغـوب.

ويتمتـع التلفزيـون – كوسـيلة إعلاميـة - بعـدد مـن الخصائـص والإمكانيـات والمؤثـرات البصرية التي تسـاعد عـلى جـذب الانتبـاه والاسـتحواذ عـلى اهتـمام المتلقـين, فـإلى جانـب الجمـع بـين عنـصري الصـوت والصـورة المتحركـة يتمتـع التلفزيـون باسـتخدام خصائـص بصريـة معينـة كاسـتخدام الألـوان، والمؤثـرات البصريـة المختلفـة كإمكانيـة التحكـم في سرعـة أو بـطء الصـورة المقدمـة من خـلال حركـة "Slow Motion»، كـما يمكـن أيضًـا عـرض بعـض المؤثـرات التـي يمكـن مـن خلالها تقسـيم الشاشـة إلى أكـثر من جزء أو قسـم

وعـرض محتـوى مختلـف في كل جـزء مـن هـذه الأجـزاء وهـو مـا يعـرف بمؤثـر الشاشـة المقسـمة «Split Screen»، ويتيـح التلفزيـون أيضًـا مؤثـرات خاصـة بإمكانيـة إدخـال صـورة داخـل صـورة أخـرى أو عرضهـما بنسـبة متسـاوية لـكل منهـما فيـما يعـرف بتأثـير «Super Impose»، كـما يتيـح اسـتخدام خاصيـة معينـة في المونتـاج وهـو مـا يعـرف «بتتابـع الوقـت أو مـرور الزمـن» الـذي يمكـن مـن خلالـه عـرض مـدة زمنيـة طويلـة قـد تسـتغرق سـاعات في لحظـات بسـيطة كتوضيـح تتابـع الليـل والنهـار عـلى منطقـة مـا مثـلًا وهـو مـا يعـرف بمؤثـر «Time Lapse» وهـذا المؤثـر البـصري مـن المؤثـرات شـائعة الاسـتخدام في المضمـون السـياحي خاصـة عنـد تقديـم صـورة توضـح تتابـع الزمـن عـلى منطقـة معينـة أو مـكان معـين مـن خـلال عرضـه مـن النهـار إلى الليـل أو العكـس.

وبهـذا فـإن الإمكانيـات الفنيـة المتاحـة للتلفزيـون والتـي تتمثـل في اسـتخدام زوايـا مختلفـة في التصويـر، واسـتخدام تقنيـات المونتـاج وتطوراتـه المتتابعـة، وفـرض رؤى إخراجيـة مبتكـرة ومبدعـة، كل هـذه العنـاصر تسـاعد عـلى جعـل التلفزيـون وسـيلة إعلاميـة ناجحـة في مجـال الترويـج والتنشـيط السـياحي وخاصـة إذا مـا أتقـن اسـتخدام هـذه العنـاصر وتـم عرضهـا مـن خـلال مضمـون تلفزيـوني جـذاب وشـيق.

ويشـتمل دور التلفزيـون في مجـال السـياحة عـلى دور مـزدوج ومركـب؛ حيـث يسـاعد عـلى تنشـيط السـياحة مـن خـلال رفـع قيمـة الوعـي السـياحي لـدى المواطنـين المحليـين وزيـادة معرفتهـم بالأماكـن السـياحية المختلفـة في بلادهـم وحثهـم عـلى حسـن معاملـة السـائحين وضيافتهـم للترغيـب في تكـرار الزيـارة مـرة أخـرى, ويسـاعد أيضًـا المضمـون السـياحي التلفزيـوني عـلى تشـجيع السـياحة الدوليـة إلى الدولـة مـن حيـث تقديـم المغريـات السـياحية الموجـودة في هـذه الدولـة للسـائحين الموجوديـن في الخـارج، وإبـراز المقومـات الحضاريـة والسـياحية التـي تجذبهـم للزيـارة وتدعوهـم للسـياحة والسـفر لهـذه الدولـة, وقـد سـاعد عـلى هـذا الـدور وسـائل الإعـلام الـدولي مـن قنـوات فضائيـة اسـتطاعت أن تجعـل مـن الإعـلام فضـاءً مفتوحًـا للجميـع وأصبـح مـن السـهل التعـرف عـلى أي دولـة ومعرفـة مـا تتمتـع بـه مـن مغريـات وأماكـن جـذب تميزهـا عـن غيرهـا مـن الأماكـن والـدول, وبالتـالي تشـجع السـائحين عـلى أخـذ قـرار السـفر إلى هـذه الدولـة.

ويساهم التلفزيون أيضًا فيما يتعلق بمجال السياحة في تصحيح الصورة الذهنية السلبية عن أي دولة من الدول أو مكان ما, ويساعد في الرد على الدعايات المضادة التي قد تروج ضد دولة ما وهو ما ينعكس سلبًا على معدلات السياحة الوافدة إليها وبخاصة عند استغلال أوقات الأزمات والكوارث والأحداث الإرهابية التي قد تقع في دولة من الدول ويتأثر بها قطاع السياحة في هذه الدولة ما لم يتم التعامل معها إعلاميًّا بالشكل الصحيح والسليم حتى يتم التغلب على هذه الأزمة, وهذا ما عانته دولة «لبنان»؛ حيث خسر قطاع السياحة فيها كثيرًا وخاصة في أثناء فترات الأزمات السياسية والاغتيالات التي حدثت فيها لبعض من رموز السياسة والإعلام وما تلى ذلك من حرب إسرائيل على « لبنان» في موسم صيف ٢٠٠٦؛ مما جعل الصورة الذهنية عن «لبنان» كدولة بها قلاقل ومشكلات سياسية وأحداث عنف حفزت وسائل الإعلام اللبنانية على تصحيح هذه الصورة السلبية من خلال برامج وفعاليات سياحية نجحت في الترويج لها إعلاميًّا.

وبهذا فإن المضمون السياحي التلفزيوني يعمل على تقديم شكل من أشكال الإعلام المتخصص وهو الدور المنوط بالإعلام السياحي تحديدًا والذي يمكن تعريفه بأنه:

كافة الجهود الموضوعية غير الشخصية وغير المدفوعة التي تهدف إلى تزويد جمهور السائحين والمواطنين بكافة الحقائق والمعلومات عن مختلف المناطق السياحية ومقومات الجذب السياحي بها والخدمات المرتبطة بذلك وكذلك الإعلام عن الموضوعات والمشكلات السياحية واقتصاديات السياحة من حيث التنمية والاستثمارات, مما يؤدي إلى خلق قاعدة ثقافية سياحية تؤدي بدورها إلى مزيد من الوعي والإدراك السياحي مما يسهم في تكوين الرأي العام الصائب والمستنير وصناعة السياحة ودورها في التنمية[١٢٦].

ويظهر من تعريف الإعلام السياحي أنه جهد إعلامي بالدرجة الأولى يهدف إلى تقديم خدمة معلوماتية صحيحة عما يتعلق بالمجال السياحي والمعلومات السياحية السليمة وبالتالي فتركيز الإعلام السياحي بالدرجة الأولى يكون موجهًا لتقديم المعلومات المتكاملة عن المزار أو المنطقة السياحية وتوضيح كافة المعلومات المتعلقة به من حيث مواصفات هذا المكان أو الصور الموضحة له وتقديم المعلومات المفيدة للزائر من حيث الموقع وكيفية الوصول إليه والخدمات المتوفرة فيه، وأسعارها، وكيفية الحصول عليها، والأنشطة السياحية أيضًا التي يمكن أن يقوم بها الفرد هناك وخدمات الإقامة -إن وجدت في هذا المكان أو الأماكن القريبة منه - وغيرها من المعلومات المهمة للزائر لاسيما ما يتعلق بعادات وتقاليد هذا المكان وكيفية التعامل مع أصحاب البلد الأصليين والتعرف على ما يتميزون به من صفات وعادات للتعامل معهم بشكل حميمي ومريح لكل من الزائر والمضيف.

ويعد «الإعلام السياحي» جهدًا غير مدفوع بمعنى أنه لا يهدف إلى الربح بشكل مباشر كالنشاط الإعلاني الذي يستهدف المعلن من ورائه الحصول على ربح مادي بطريقة مباشرة بينما في الإعلام السياحي يتحقق هدف الربح على المدى البعيد من خلال زيادة النشاط السياحي والإيرادات السياحية الناتجة عن الإقبال السياحي.

وما يركز عليه الإعلام السياحي لاسيما في الآونة الأخيرة هو دعم فكرة السياحة البيئية الآمنة غير المضرة بالبيئة والحفاظ على النشاط البيئي في أثناء ممارسة النشاط السياحي وهو ما أولته الكثير من الدول أولوية وأهمية كبيرة للحفاظ على الموارد السياحية المتوفرة والعمل على استمراريته للأجيال المتتالية، وهذا ما يجب على الإعلام السياحي التشديد عليه ودعمه في الرسائل السياحية التي يقدمها للجمهور لزيادة الوعي السياحي البيئي لدى كل من المواطنين والسائحين على حد سواء.

ويعد من أحد وظائف وأهداف الإعلام السياحي المهمة هو مراقبة الاتجاهات السائدة في السياحة العالمية ومحاولة تقديمها للمعنيين والمهتمين ومسايرة الإعلام بالشرح والتوضيح والتعليق للاستفادة من تطوراتها[١٢٧].

ويمكـن القـول: إنـه لـكي ينجـح التلفزيـون في تحقيـق الـدور المطلـوب منـه في مجـال الإعـلام السـياحي فـإن هنـاك شروطًـا يمكـن أن تدعـم فكـرة الإعـلام السـياحي الناجـح، وتتمثـل هـذه الـشروط في[١٢٨]:

١. الـذوق السـليم واللياقـة في المضمـون الخـاص بالرسـائل وذلـك لاتصالـه بجماهـير مثقفـة ومجتمعـات مسـتنيرة؛ لـذا كان مـن الـضروري مراعـاة الـذوق السـليم واللياقـة فيـما يتـم عرضـه مـن رسـائل.

٢. الاجتهـاد والـذكاء والتنـوع والمرونـة وذلـك لأن الإعـلام السـياحي نشـاط ابتـكاري يحتـاج إلى ذكاء في التخطيـط وذوق في العـرض والتقديـم ومرونـة في التنفيـذ لمواجهـة المنافسـين والـرد عـلى ادعاءاتهـم والارتقـاء بمسـتوى المنافسـة الإعلاميـة.

٣. الدقـة: والدقـة مـن الـشروط الضروريـة خاصـة عنـد عـرض المنتـج السـياحي ومـا يتعلـق بـه مـن عـرض الأسـعار الخاصـة بالفنـادق والرحـلات السـياحية وغيرهـا مـما يتطلـب معرفـة بالحقائـق المدعمـة بالأرقـام وذلـك لعـرض البيانـات السـليمة عـن كل مـا يتعلـق بالمتطلبـات الخاصـة بالسـياحة.

٤. الأمانـة والصـدق خاصـة في عـرض مـدى الجـودة الخاصـة بالمنتـج السـياحي وحتـى لا يكتشـف الزائـرون وجـود تهويـل أو دعايـة كاذبـة أو مفارقـات بـين الواقـع وبـين الصـور الدعائيـة التـي تقدم.

المضمون السياحي التلفزيوني:

تختلـف المضامـين السـياحية المقدمـة في التلفزيـون, التـي تـروِّج للسـياحة وتدعـو إلى اتخـاذ القـرار بالسـفر وممارسـة النشـاط السـياحي أيًّـا كان نوعـه ووجهتـه المقصـودة، ولاسـيما أن التلفزيـون مـن الوسـائل الإعلاميـة التـي تسـتحوذ عـلى اهتـمام المتلقـين وهـي الوسـيلة الإعلاميـة الأكـثر انتشـارًا وجذبًـا, ولهـذا اهتـم القائمـون عـلى المضمـون السـياحي بالتلفزيـون بتلويـن وتنويـع الأشـكال السـياحية المقدمـة فيـه. ويسـاعد[١٢٩] التلفزيـون عـبر

نقلـه الصـورة السـياحية بـكل مميزاتهـا في تسـويق السـياحة، ولفـت نظـر السـياح إلى الخصائـص التـي يتمتـع بهـا البلـد السـياحي.

ويمكن القول: إن المضمون السياحي بالتلفزيون ينقسم إلى:

١- المضمون السياحي غير المباشر:

يعـد المضمـون السـياحي المقـدم بشـكل غـير مبـاشر أكـثر تأثـيرًا مـن المضمـون السـياحي المبـاشر والمتعمـد الموجـه للجمهـور؛ إذ إن الرسـائل غـير المبـاشرة التـي تقـدَّم مـن خـلال بعـض المضامـين كأغـاني الفيديـو كليـب، أو الأفـلام السـينمائية أو الدرامـا والمسلسـلات تجـذب المشـاهد أكـثر لرؤيـة هـذه الأماكـن وزيارتهـا والاسـتمتاع بهـا، ولعـل نمـوذج «المسلسـلات التركيـة المدبلجـة» التـي قدمـت عـلى الفضائيـات العربيـة منـذ عـام ٢٠٠٧ دليـلًا واضحًـا عـلى انتعـاش حركـة السـياحة العربيـة لتركيـا بعـد هـذه الفـترة.

وفيـما يـلي تقـدم الباحثـة عرضًـا لبعـض المضامـين غـير المبـاشرة التـي يمكـن أن توجـه رسـائل سـياحية هامـة جـدًّا للمشـاهد:

أ- أغاني الفيديو كليب:

سـاهمت الأغنيـات المصـورة بطريقـة الفيديـو كليـب في الترويـج لبعـض الأماكـن السـياحية؛ إذ يهـدف فريـق العمـل في الأغنيـة عـلى إبـراز أفضـل وأجمـل المواقـع مـن خـلال الفيديـو كليـب مـما يسـاهم في عمـل ترويـج للسـياحة في هـذا الموقـع أو المـزار السـياحي.

ولعـل مـن أهميـة هـذا الشـكل الفنـي مـا دعـا بعـض المسـئولين للاهتـمام بهـذا المضمـون ففـي عـام ٢٠٠٠[١٣٠] نظمت «الجمعية المصرية لفن السينما» أول مهرجان للفيديو كليب في مدينة الغردقة السياحية بجمهـورية مصر العربية أطلق عليه «مهرجان أوسكار الفيديو كليب للأغنية المصورة»، وكانت من ضـمن أهـداف هـذا المهرجـان هو الارتقاء بمسـتوى الفيديو كليب وتنشـيط السـياحة العربية الوافـدة إلى «مصر» والمسـاهمة في تشـجيع المواهـب الموسـيقية والغنائيـة لخلـق جيـل جديد من الشـباب المتذوق للموسـيقى

والأغنيـة الراقيـة. ثـم أتبـع ذلـك عـدة مهرجانـات أقيمـت في أماكـن سـياحية مختلفـة كالإسـكندرية وشرم الشـيخ، باعتبارهـا أماكـن للجـذب السـياحي.

وقـد تكـون هـذه الأغنيـات إمـا أغنيـات وطنيـة عـن البلـد ذاتـه وبالتـالي يركـز الفيديـو عـلى عـرض صـور ومناظـر مـن البلـد المقـدم للترويـج لـه بنـاءً عـلى مـا تتطلبـه الأغنيـة، أو أن تكـون أغنيـة ذات مضمـون مختلـف - كالعاطفـي مثـلًا- وتصـور في مناطـق جذابـة مـما يسـاهم في الترويـج السـياحي لهـا, ولعـل هـذا التوجـه مـا يدفـع ببعـض المطربـين والفنانـين بتصويـر أغنياتهـم في أماكـن ومـزارات في أوطانهـم للمسـاهمة في الترويـج لهـذا البلـد, مثـل: «أغنيـة «عـودوني» للفنـان «عمـرو ديـاب» عـام ١٩٩٨ التـي تـم تصويرهـا في «معبـد فيلـه بمدينـة أسـوان»، وأغنيـة «نـور العـين» عـام ١٩٩٦ التـي تـم تصويرهـا في «الغردقـة». وأغنيـة الفنانـة «سـميرة سـعيد» أيضًـا التـي كانـت بمناسـبة دورة الألعـاب الأفريقيـة, والتـي تـم تصويرهـا في «متحـف محمـد عـلي باشـا الكبـير». وكتشـجيع للسـياحة اهتمـت وزارة السـياحة المصريـة بإطـلاق فيديـو كليـب لأغنيـة بعنـوان «مـصر قريبـة» في فبرايـر عـام ٢٠١٥ يشـترك فيـه عـدد مـن الفنانـين للترويـج للسـياحة في «مـصر»، وتشـجيع السـياحة العربيـة الوافـدة إلى «مـصر» وترويـج فكـرة أن السـائح يشـعر فيهـا براحـة وحميميـة وود مـن كل الأشـخاص الذيـن يقابلهـم وهـو مـا روج لهـا فكـرة الكليـب مـن خـلال الفنانـين المصريـين والعـرب الذيـن اشـتركوا فيـه.

كـما قـد يهتـم بعـض الفنانـين والقائمـين عـلى الأغنيـة بتصويرهـا في أماكـن مختلفـة لتشـجيع السـياحة الدوليـة في دول ومناطـق أجنبيـة كنـوع مـن الدعايـة والترويـج لبعـض هـذه المناطـق وهـو مـا يلفـت الانتبـاه لهـذه الأماكـن، كـما هـو الحـال في كليـب الفنـان «وائـل كفـوري» لأغنيـة «الغـرام المسـتحيل» مـن إنتـاج شركـة «روتانـا للصوتيـات والمرئيـات» التـي طرحـت في عـام ٢٠١٥, وتـم تصويرهـا في «بلغـراد» بصربيـا وذلـك كخطـوة للفـت الأنظـار إلى بعـض الأماكـن الجديـدة وغـير المألوفـة لتشـجيع السـياحة فيهـا.

ب- الأفلام السينمائية:

يعد الفيلم السينمائي من أهم أدوات التنشيط السياحي ولفت الأنظار لمكان معين لتشجيع الزيارة إليه ووضعه ضمن مناطق الاهتمام بهذه المزارات، وهذا ما جعل بعض الأماكن تصبح مكانًا لجذب صناع الأفلام السينمائية للتصوير في هذه الأماكن لما اشتهرت به من شهرة عالمية في مجال صناعة الفيلم, مثل: منطقة «ورزازات» في المغرب التي جذبت أنظار المنتجين الأجانب لتصوير الأفلام التي تتطلب هذه الطبيعة في الفيلم المقدم، ومن أشهر الأفلام التي صورت في ورزازت:[١٣١]

- الفارس المغربي عام ١٨٩٧.
- Morocco عام ١٩٣٠.
- The Man who knew Too Muchعام ١٩٥٥.
- لورنس العرب عام ١٩٦٢.
- لؤلؤة النيل عام ١٩٨٥.
- The Mummy عام ١٩٩٩.
- Gladiator عام ٢٠٠٠.
- The Mummy Return عام ٢٠٠١.

وبينما يتم استغلال السينما بشكل جيد في مجال الدعاية السياحية في بعض الدول إلا أن بعض الأفلام السينمائية المصرية مؤخرًا لم تركز على إظهار المعالم والمآثر السياحية بشكل يشجع من يشاهد الفيلم السينمائي على زيارة «مصر»، حيث ركزت الأفلام السينمائية على إظهار العشوائيات والمظاهر السلبية فيها إلى جانب ما اعتمده بعض المنتجين السينمائيين من تقديم «ظاهرة البلطجة» وإظهار أن هذا ما أصبحت تتميز به الحارة المصرية وهو ما يعد تشويهًا كبيرًا للواقع في «مصر»، وينقل

صورة سلبية للآخر عن الواقع المصري لا سيما بعد ٢٥ يناير ٢٠١١ ويونيو ٢٠١٣ وهو ما يحتاج إلى مزيد من الاهتمام والتركيز من قبل القائمين على هذه الأعمال السينمائية والاهتمام بانتقاء الأفكار والمواقع التي يتم التصوير فيها، كما يجب على وزارة السياحة أن تتعاون مع منتجي هذه الأفلام وتسهل لهم عمليات التصوير في المواقع والأماكن الأثرية والمزارات المختلفة للمساهمة في إنتاج المزيد من هذه الأعمال وبالتالي الترويج للسياحة، وكان هذا من التوصيات التي قدمها نائب رئيس غرفة صناعة السينما «فاروق صبري»؛ حيث أوضح أن[١٣٢] هناك توصية مهمة إذا تم تنفيذها فسوف تكسب الدولة مليار دولار في السنة، هذه التوصية خاصة بإزالة البيروقراطية المتمثلة في العقبات التي تضعها الوزارات المختلفة أمام شركات الإنتاج العالمية التي ترغب في التصوير في «مصر» لما تمثله من أهمية في تنشيط السياحة.

ووضح السيناريست «ناصر عبد الرحمن» أن «مصر» تمتلك المكونات الطبيعية التي تعد البنية الأساسية لصناعة السينما من فنانين، وعمال وأماكن سياحية واستوديوهات، وما وصلت إليه السينما المصرية الآن من تدهور سببه عدم استغلال تلك العناصر المهمة، وهذا ناتج عن الخلل الإداري الحالي، ولذلك لابد من إيجاد إدارة حقيقية قادرة على تنظيم هذه العناصر، هذا إلى جانب سن قوانين تشجع السينما، وتقضي على الضرائب التي تُفرض على الكاميرات القادمة من الخارج، وعلى الأماكن السياحية، حيث إن السينما تعمل على تنشيط السياحة بشكل مباشر، وأشار إلى أهمية استغلال الموارد الطبيعية في تصوير الأفلام الأجنبية مثلما يحدث في «المغرب»، لأن هذا يعود على «مصر» سياحيًا واقتصاديًا، وشرط تصوير الأفلام الأجنبية في مصر مشاركتها في المهرجانات المصرية[١٣٣].

ويلاحَظ أن السينما المصرية في فترة خمسينيات وستينيات القرن الماضي كانت تقدم الأفلام السينمائية التي تظهر الأماكن الجذابة في «مصر» وبالتالي تقدم صورة إيجابية فيما يخص الجانب السياحي في الدولة وظهر عدد من الأفلام السينمائية التي قدمت صورة إيجابية عن المزارات والأماكن السياحية مثل: فيلم «صراع في

الـوادي» إنتـاج عـام ١٩٥٤ ، وفيلـم «أجـازة نـص السـنة» إنتـاج عـام ١٩٦٢، وفيلـم «غـرام في الكرنـك» إنتـاج عـام ١٩٦٧ الـذي صـورت مشـاهده في «الأقـصر» وقـدم صـورة مشرقـة عـن السـياحة الأثريـة والثقافيـة والفنيـة في «مـصر»، كـما كانـت هـذه الأفـلام تقـدم صـورة للشـوارع والأماكـن العامـة ومظاهـر الحيـاة بشـكل راقٍ وجـذاب، عـلى عكـس مـا يقـدم في السـينما المصريـة - منـذ مطلـع هـذه الألفيـة- مـن مظاهـر سـيئة وأماكـن تعـاني الإهـمال والمشـكلات الاجتماعيـة والاقتصاديـة وهـو مـا يعكـس صـورة سـلبية عـن «مـصر».

وكمثـال عـلى أحـد الأفـلام الأجنبيـة التـي صـورت في «مـصر» وسـاعدت عـلى تنشـيط السـياحة لهـا كان[١٣٤] الفيلـم الانجليـزي "Death On The Nile" والـذي أنتـج سـنة ١٩٧٨ للمخـرج البريطـاني"John Guillermin" والـذي تـم تصويـره في مدينـة «أسـوان» وكان لـه أثـر واضـح عـلى تسـليط الضـوء عالميًّـا عـلى «مـصر» وبصفـة خاصـة «أسـوان» ومـا بهـا مـن تـراث ثقـافي وحضـاري ومعابـد أبهـرت العـالم ومـن نيـل رائـع الجـمال أظهـره الفيلـم في رحلـة نيليـة رائعـة وشـعب طيـب كريـم.

جـ - الدراما التلفزيونية:

تتمتـع الدرامـا التلفزيونيـة بقبـول وجماهيريـة كبـيرة لـدى المشـاهدين، وتتميـز الدرامـا بطـول عـدد حلقاتهـا وإمكانيـة اسـتثمار عـدد كبـير مـن المواقـع والأماكـن المختلفـة وعمـل ترويـج سـياحي لهـا مـن خـلال مـا يشـاهده المتلقـي مـن أماكـن تـدور فيهـا الأحـداث وتلفـت النظـر إليهـا بـل تشـجع أحيانًـا المتلقـي عـلى زيارتهـا.

ويعـد نمـوذج الدرامـا التركيـة المدبلجـة باللهجـة السـورية التـي قدمـت مـن خـلال الشاشـات الفضائيـة العربيـة منـذ عـام ٢٠٠٧ مـن النـماذج الناجحـة في لفـت الأنظـار إلى «تركيـا» وأدت إلى زيـادة معـدل السـياحة العربيـة لتصـل بعـد هـذا العـام إلى٢٠ مليـون سـائح بسـبب مـا شـاهده السـياح العـرب مـن مناظـر ومـزارات وأماكـن وخاصـة بعـد عـرض مسلسـلي «نـور» و«سـنوات الضيـاع» عـلى شاشـة قنـاة MBC، وهـو مـا يلـزم القائمـين عـلى الدرامـا العربيـة الانتبـاه إلى هـذا العنـصر ومحاولـة التركيـز عـلى إظهـار الأماكـن والمـزارات الجذابـة في دولهـم وذلـك لتشـجيع السـياحة الوافـدة مـن الـدول الأخـرى.

ومـما شـجع الـدول العربيـة عـلى الاهتـمام بالدرامـا التركيـة هـو تقـارب الثقافـة والعـادات والتقاليد التركيـة كدولـة إسـلامية مـع عـادات وتقاليـد الـدول العربيـة، وهـذا مـا شـجع كثـير مـن العـرب عـلى السـفر إلى هنـاك بعدمـا ظهـرت هـذه العـادات والتقاليـد مـن خـلال الدرامـا التركيـة إلى جانـب عنـصر الإبهـار البـصري في التصويـر والإخـراج لهـذه المسلسـلات مـع التركيـز عـلى مناطـق الجـذب والتشـويق في «تركيـا» مثـل مضيـق البوسـفور الشـهير، والحدائـق والطبيعـة المتميـزة، والبيـوت الأثريـة والقصـور الفخمـة ومـا فيهـا مـن مظاهـر حيـاة فارهـة في بعـض الأحيـان وجذابـة جـدًّا لـدى المشـاهد، وأيضًـا بعـض القصـور الفخمـة التـي تـم تصويرهـا في بعـض المسلسـلات والتـي أصبحـت مـن المـزارات السـياحية الشـهيرة، وأصبـح مـن أهـم المعـالم التـي يرتادهـا السـائحون العـرب عنـد زيـارة «تركيـا»، وهـو مـا يرجـع إلى الاسـتغلال الناجـح للدرامـا والمسلسـلات في الترويـج للسـياحة بشـكل جيـد.

وقـد أوضـح «وزيـر السـياحة المـصري السـابق: هشـام زعـزوع» أنـه تـم السـماح بتصويـر الأعـمال الدراميـة في المناطـق الأثريـة والسـياحية دون مقابـل وذلـك وفقًـا لمـا نشرتـه جريـدة الأخبـار عـلى موقعهـا الإلكـتروني بتاريـخ الأول مـن ديسـمبر ٢٠١٣ وهـو مـا اعتـبره المنتجـون الدراميـون خطـوة مهمـة للنهـوض بالدرامـا المصريـة وجعلهـا تنافـس الدرامـا التركيـة حيـث وضـح[١٣٥] المنتـج محمـد فـوزي أن القـرار يعـد بدايـة حقيقيـة للنهـوض بالأعـمال الفنيـة خاصـة في مجـال التسـويق السـياحي «لمصر»، كـما أنـه يمثـل دعـمًا مبـاشرًا لصناعـة الدرامـا وحثهـا عـلي تقديـم أعـمال نظيفـة تمتـع العـين بمشـاهدة أماكـن جديـدة وتقـدم أيضًـا قيمـة وفكـرًا، وأشـار إلى أن الدرامـا التلفزيونيـة تواجـه حاليًّـا العديـد من المشـكلات منهـا التسـويق وتحكـم شركات الإنتـاج وسـيطرتها عـلى المحطـات الفضائيـة وهـو مـا ترتـب عليـه خـروج التلفزيـون المـصري بجهاتـه الإنتاجيـة الثـلاث «صـوت القاهـرة وقطـاع الإنتـاج ومدينـة الإنتـاج الإعلامـي» مـن المنافسـة وبالتـالي تعرضـت لخسـائر كبـيرة، ولـذا فـإن صـدور هـذا القـرار يعتـبر بمثابـة عـودة للتلفزيـون للمنافسـة مـن جديـد.

د- برامج تلفزيون الواقع:

ظهرت برامج تلفزيون الواقع على الشاشات العربية كتقليد ومحاكاة لأفكار برامج تلفزيون الواقع الأجنبية واستقت هذه البرامج ذات النسخة العربية أفكارها من البرامج الأجنبية, وقاموا بعمل نسخة معربة منها لتعرض من خلال عدد من الشاشات العربية وأصبحت تتسابق عليها القنوات الفضائية العربية لعرضها.

وبمتابعة عدد من هذه البرامج التلفزيونية لاحظت الباحثة أن بعضًا من هذه البرامج يمكن أن تروج للسياحة وتساعد على رفع الوعي السياحي في قالب ترفيهي محبب وبسيط لدى الجمهور, ويمكن أن يؤثر عليه بشكل كبير نظرًا لتعلق المشاهد بمحتوى البرنامج ذاته، ومن هذه البرامج التي قدمت في طياتها تنشيطًا للسياحة برنامج «Miss Lebanon» الذي قدم على شاشة الفضائية اللبنانية LBC عام ٢٠٠٤ وتقوم فكرته على الاختيار بين عدد من الفتيات اللبنانيات لتمثل «ملكة جمال لبنان», وقدم هذا الموسم من خلال شكل برنامج واقعي يقدم لحياة الملكات على مدار أربع وعشرين ساعة، إلا أن البرنامج ضمن هذه الفكرة لم يستمر وأصبح – بعد عام ٢٠٠٤ - يقدم على هيئة حلقة واحدة تبث كسهرة على الهواء مباشرة يتم الاختيار فيها من بين الملكات المرشحات ليتم اختيار الملكة مباشرةً، وفي هذه الحلقات يتم الترويج لدولة «لبنان» سياحيًّا والحديث من مناظرها ومظاهرها الخلابة والممتعة ومآثرها السياحية؛ لتشجيع المشاهدين العرب على زيارة «لبنان» والاستمتاع بها.

وفي سهرة انتخاب ملكة جمال لبنان للعام ٢٠١٣ والتي قدمت على شاشتي «LBCI، وMTV اللبنانية» وكتشجيع للسياحة اللبنانية والتي تأثرت كثيرًا في الفترة الأخيرة؛ نظرًا لأحداث العنف والتفجيرات التي تحدث بشكل مستمر هناك، إلى جانب عدم الاستقرار السياسي والذي أثر سلبًا على المعيشة الاقتصادية والحياة الاجتماعية تبنت حلقة انتخاب ملكة جمال لبنان للعام ٢٠١٣ فكرة تشجيع السياحة وجذب المشاهدين لزيارة «لبنان» من خلال التركيز على معالم البلد وإظهاره بشكل

البلد الذي لا يهزم أبدًا، والذي يقدم لزائريه أفضل ما عنده وما يتميز به. وفي خلال الحلقة تم عمل «فاصل» تنشيطي للسياحة في «لبنان»، وتمت الاستعانة فيه بالفنانين اللبنانيين المشهورين من أجل ترغيب الجمهور في زيارته، وكان من بين الفنانين اللبنانيين المشاركين فيه الفنانة «يارا»، والفنان «عاصي الحلاني»، وركز الفاصل السياحي على فكرة أساسية وهي تصحيح الصورة الذهنية السلبية عن «لبنان» كبلد فيه إرهاب ومشكلات وعدم استقرار وبالتالي التنفير من زيارته وذلك من خلال الرسالة التي تبناها الفنانون والتي كانت تتمحور حول «بيقولوا لا تزوروا لبنان.. ليش فيه أحلى من لبنان؟».

كما تعد برامج مسابقات اختيار ملكات الجمال نوعًا من أنواع تشجيع «سياحة المهرجانات والاحتفالات»؛ حيث يقام هذا الحدث ويعرض ضمن احتفالية كبيرة إذ يشجع التلفزيون على تقديم رسائل المهرجانات المختلفة المحلية، العربية والدولية التي تقام بشكل دوري مع اهتمامه بنقل وقائع فعاليات افتتاح المهرجان وختامه، وإذا تم تسليط الضوء على هذه الاحتفاليات والمناسبات من خلال برنامج واقع أو من خلال برنامج دوري للعرض فإنه يساهم في دعم الصورة الذهنية الإيجابية عن الدولة وتشجيع السياحة إليها.

ويعد برنامج «الوادي» الذي قدم على شاشة الفضائية اللبنانية «LBC» في عام ٢٠٠٥ من برامج تلفزيون الواقع التي قدمت لشكل حديث من أشكال السياحة وهو ما يُعرف «بالسياحة البيئية» أو «السياحة الخضراء»، حيث تقوم فكرة البرنامج على عدد من المشتركين المشهورين في مجالات «الفن، الرياضة والشخصيات المرموقة في المجتمع» بالتنافس حول كيفية التعايش في المجتمع من خلال التعايش مع الطبيعة بالعودة للحياة البدائية دون أي أساسيات العيش الحديث، وكان الموقع في مزرعة بـ«لبنان» ويتعايش المشتركون وفق هذه الحياة الطبيعية ويحصلون على مأكلهم ومشربهم بأنفسهم من عمل أيديهم ويهتمون بالاعتناء بالحيوانات الأليفة وهو نوع من أنواع السياحة الطبيعية التي تقوم على عودة الإنسان إلى حياة الطبيعة والاهتمام بها

وبتفاصيلها دون أي تدخل عصري يفسد الحياة الطبيعية, وهذا الشكل من الأشكال الحديثة للسياحة التي يتم إلقاء الضوء عليها كونها هي الأساس لمستقبل السياحة وهي الوسيلة والضامن للحفاظ على الموارد الطبيعية من الهدر والضياع.

ويعد برنامج «الوادي» في فكرته مثل برنامج «Wild Man» من تقديم «Bear Gryils»، وهو برنامج من برامج الواقع تقوم فكرته على السفر إلى بيئات متنوعة ومحاولة التأقلم مع الظروف الصعبة الطبيعية ويعرض أفكارًا للصيد والنجاة من المخاطر.

وفي برنامج تلفزيون الواقع الشهير «ستار أكاديمي» والذي بدأ منذ عام ٢٠٠٤ واستمر حتى الآن يتم الترويج للسياحة بشكل غير مباشر من خلال بعض الرحلات التي يتم مكافأة الطلاب بها كنوع من التشجيع في أثناء التواجد بالأكاديمية، وفي موسم البرنامج للعام ٢٠١٤ تم الترويج لبعض الأماكن سياحيًّا من خلال جولات الطلاب المشتركين في هذه الأماكن بالترويج لسياحة التسوق في «لبنان»، والترويج للسياحة الترفيهية والاسترخاء والراحة في فنادق «أبو ظبي»، والاستمتاع ببعض الحفلات الموسيقية في «فرنسا»، ويحرص البرنامج على عمل تقارير مصورة من هذه الأماكن، ووصف المتعة التي يحصل عليها الزائر والحفاوة التي يقابل بها السائح في هذه الأماكن، وهو ما يعكسه الطلاب بزيارتهم إلى هناك وكيفية تعامل القائمين على هذه الأماكن معهم، وحرص البرنامج أيضًا – في أحد مواسمه - على الترويج للسياحة العلاجية والتجميلية من خلال الاستمتاع بطين البحر الميت في «الأردن» كوجهة سياحية ينشدها الكثير لهذا الغرض العلاجي والجمالي.

هـ- بعض برامج تقديم الأكلات «الطهي»:

اهتمت بعض برامج الطهي بتقديم وصفات غذائية من مختلف أنحاء العالم كنوع من أنواع تقريب الشعوب من بعضها وإضافة خبرات جديدة للمشاهدين المهتمين بهذا النوع من البرامج وهو ما يمكن أن يوضع ضمن أنواع السياحة الحديثة وهو «سياحة الغذاء Food Tourism".

وحاولـت البرامـج التـي تقـوم عـلى هـذه الفكـرة أن تقـدم بطريقـة مشـوقة وجذابـة وتقـدم عرضًـا جديـدًا وغـير تقليـدي، ولهـذا اهتمـت البرامـج التـي تقـدم هـذه الفكـرة بالتنويـع في مضمونهـا وطريقـة تناولهـا للمحتـوى بحيـث إنهـا بـدلًا مـن أن تقـدم معلومـات صـماء عـن الدولـة التـي تنتمـي لهـا الوصفـة الغذائيـة أو مجـرد معلومـات عـن عـادات وتقاليـد هـذه الشـعوب، فقـد ركـزت عـلى عمـل إبهـار بـصري أكـثر مـن خـلال السـفر لهـذه الأماكـن والبلـدان والتعـرف عـلى طـرق الطهـي والوصفـات الغذائيـة مـن أصحـاب البلـد ذاتهـم، وإعطـاء معلومـات عـن عـادات وتقاليـد هـذه الـدول ومـا تتميـز بـه مـن سـمات معينـة في طريقـة الغـذاء أو نوعيـة المأكـولات والمشروبـات المفضلـة لديهـم، مـع إبـراز صـورة للأماكـن السـياحية هنـاك ولمعـالم الدولـة المختلفـة بالإضافـة إلى الأسـواق المختلفـة فيهـا والمطاعـم ومـا تشـتهر بـه مـن معـالم تشـجع المشـاهد عـلى الزيـارة وتعطيـه قـدرًا مـن الترفيـه المعلومـاتي الشـيق.

ويـأتي برنامـج "سـفرات وبهـارات" المقـدم عـلى "قنـاة فتافيـت" مـن البرامـج التـي تقـدم هـذا النـوع مـن الأفـكار وتـروج للسـياحة في "تايلانـد" مـن خـلال تعريـف المشـاهد بعـادات وتقاليـد الدولـة وأشـهر الأكلات هنـاك والأسـواق وطريقـة الـشراء والتعامـل مـع السـكان الأصليـين وتقديـم الـتراث التايلانـدي والتعـرف عـلى حضـارة الدولـة. تقـدم البرنامـج "داريـن الخطيـب" مديـرة البرامـج في قنـاة "فتافيـت".

ويتنـاول برنامـج "بيتـا في مراكـش" والمقـدم عـلى قنـاة "فتافيـت" أيضًـا التركيـز عـلى الحديـث عـن الأطعمـة في "المغـرب" مـع عـرض لمناطـق سـياحية هنـاك فهـو متخصـص للحديـث عـن الأكلات والوصفـات المغربيـة فقـط بالتركيـز عـلى منطقـة "مراكـش". وتقـدم القنـاة أيضًـا برنامـج عـن "سـياحة الغـذاء" يسـمى "مـع دال" وهـذا البرنامـج يقـدم أكلات مختلفـة مـن بـلاد ومناطـق مختلفـة ومتنوعـة مـع إلقـاء الضـوء عـلى عـادات وتقاليـد هـذا البلـد ومـا تتميـز بـه مـن أكلات ونكهـات خاصـة.

وتقـدم "الفضائيـة المغربيـة" برنامجًـا للطهـي يسـمى "شـهيوات مـع شميشـة" يقـدم البرنامـج وصفـات لـلأكلات المحلية المغربيـة، وتختـار المذيعـة "شميشـة" مدينـة مـن المـدن المغربيـة لتقـدم نبـذة عنهـا وعـن عاداتهـا وتقاليدهـا، وتقابـل أهلهـا المضيفـين، وتقـوم بالطهـي في منـزل عائلـة مغربيـة مـن هـذه المدينـة في ضيافـة صاحبـة المنـزل. وطـوال الحلقـة يتـم كتابـة اسـم المدينـة عـلى الشاشـة للتعـرف عـلى أهـم الأكلات التـي تميـز هـذه المدينـة.

كـما تقـدم «قنـاة ميـدي١ سـات» المغربيـة الخاصـة برنامجًـا للطهـي بعنـوان «مغـرب أذواق»، وتقـوم فكرتـه عـلى تقسـيم البرنامـج إلى عـدد مـن الفقـرات تركـز الفقـرة الأولى منهـا عـلى اختيـار مدينـة مـن المـدن المغربيـة يتجـول فيهـا المذيـع ويعطـي معلومـات عـن عـادات وتقاليـد هـذه المدينـة ومـا تشـتهر بـه، ثـم في الفقـرة الثانيـة يقـدم وصفـة مـن المطبـخ المحـلي لهـذه المدينـة ومـا تتميـز بـه مـن أكلات ووصفـات طهـي متميـزة.

٢- المضمون السياحي المباشر:

يتمثـل في المضمـون الـذي يتنـاول موضـوع السـياحة ويـروج لهـا بشـكل مبـاشر ويحقـق مـن خلالـه أهـداف الإعـلام السـياحي مـن زيـادة الوعـي بالسـياحة وأهميتهـا، والتعريـف بالمغريـات والأماكـن السـياحية المختلفـة، وتقديـم المعلومـات عـن الخدمـات والتسـهيلات المقدمـة للسـائح، وإلقـاء الضـوء عـلى الأسـواق السـياحية الجديـدة، وتقديـم المعلومـات للمسـتثمرين ورجـال الأعـمال للاسـتفادة مـن المميـزات السـياحية الموجـودة بمـكان مـا واسـتثمار أموالهـم فيهـا، ومناقشـة المشـكلات والعقبـات التـي تواجـه قطـاع السـياحة في أي مجتمـع مـن المجتمعـات.

وتـأتي هـذه الأشـكال الإعلاميـة التـي تقـدم المضمـون السـياحي بشـكل مبـاشر عـلى هيئـة برامـج سـياحية، وأفـلام تسـجيلية سـياحية، وحمـلات إعلاميـة للتسـويق السـياحي، وأيضًـا عـلى هيئـة ومضـات أو فواصـل إعلاميـة سـياحية سريعـة.

أ- البرامج السياحية المباشرة:

تقدم البرامج السياحية كل ما يتناول موضوع السياحة والمجال السياحي وكل ما يهم السائح الداخلي أو الخارجي وفقًا للجمهور المستهدف والمرتقب من البرنامج، وتختلف أفكار البرامج وتتنوع لتقديم المضمون السياحي وفقًا للهدف المراد تحقيقه من كل برنامج.

وفيما يلي تقديم لنماذج بعض البرامج السياحية في القنوات الفضائية العربية:

- برنامج «اكتشف السعودية»:

القناة: قناة MBC 1 ، وقناة OSN ياهلا.

تقديم: أحمد سحاب.

فكرة البرنامج: تم إنتاج ثلاثة مواسم من البرنامج – حتى الآن- وهو يتمحور حول استكشاف المناطق الأثرية والسياحية بالمملكة العربية السعودية ويسلط الضوء على أماكن بكر وطبيعة لم يراها الكثير في أماكن متنوعة من المملكة، كما أنه يهدف أن يقدم ويبرز حضارة خمسة آلاف سنة من الآثار والمناطق التراثية في السعودية؛ حيث يجوب طاقم العمل المدن والمناطق السعودية المختلفة مثل: النماص، وعرعر، وتبوك، وبريدة، وجيزان وغيرها.

- برنامج «مشاوير»:

القناة: أبو ظبي الأولى.

تقديم: دانية الخطيب.

فكرة البرنامج: تدور فكرة البرنامج حول السفر إلى بلدان مختلفة من العالم وإلقاء الضوء على السياحة، والثقافة، والتقاليد، والفن، والطعام، والنشاطات، والمغامرات وكل ما هو غريب في هذه البلدان. ينقل البرنامج المشاهد إلى عوالم

جديـدة يكشـف مـن خلالهـا أجمـل المـدن والقـرى التـي تحتـوي عـلى مقومـات مـن شـأنها أن تجـذب الزائـر وتثـير اهتمامـه[١٣٦].

- برنامج «مسافرون»:

القناة: المحور المصرية، قناة On TV، وأيضًا على قناة « L.T.B» قبل إغلاقها.

تقديـم: «د/ عاطـف عبـد اللطيـف» وهـو خبـير سـياحي وصاحـب شركـة سـياحية وهـي «شركـة ترافلـرز».

فكـرة البرنامـج: يتنـاول البرنامـج الحديـث عـن الـدول المختلفـة وتعريـف المشـاهد بأهـم المقاصـد السـياحية في كل دولـة ومـا تتميـز بـه هـذه الدولـة مـن مزايـا في المـزارات والعـادات والتقاليـد، وقـد قـدم البرنامـج عـددًا مـن الحلقـات سـواءً داخـل «مـصر» (مثـل الإسـكندرية، وشرم الشـيخ، وسـانت كاتريـن)، أو خارجهـا (مثـل أسـبانيا، وتركيـا، وهولنـدا).

- برنامج "B. Beirut":

القناة: قناة LBC

البرنامـج مـن تقديـم عـدد مـن المذيعـين بالتنـاوب وهـم (بـلال العـربي، وساشـا دحـدوح، وريـن سـبتي، وغنـى أميـوني، ونانـسي ياسـين).

فكـرة البرنامـج: يعـرض البرنامـج لأهـم الأحـداث الثقافيـة والاجتماعيـة والفنيـة في مدينـة «بـيروت»، ويتميـز البرنامـج بـأن طريقـة عرضـه وتقديمـه تعـد متميـزة وجديـدة؛ إذ يقـدم البرنامـج مـن خـلال أحـد المواقـع في مدينـة «بـيروت» وعـلى الهـواء مبـاشرةً فيتـم وضـع الكامـيرات الخاصـة بالبرنامـج وتصميـم موقـع التصويـر «Location» في أحـد أشـهر الأماكـن أو الشـوارع أو المجمعـات التجاريـة في «بـيروت» وفي أثنـاء فقـرات البرنامـج وإجـراء الحـوارات المختلفـة تتجـول الكامـيرا في أرجـاء المـكان وتقـدم صـورًا للمـكان عـلى الهـواء مبـاشرة وتعـرض للسـكان الأصليـين أو السـائحين الذيـن يتجولـون في المـكان وهـو مـا يعـد ترويجًـا سـياحيًا جيـدًا لمدينـة «بـيروت» وذلـك لتقديـم صـورة للعـالم عـن المدينـة

وما تعيشه من استقرار لاسيما وأن «لبنان» تعاني مشكلات سياسية وعدم استقرار ما يؤثر على صورتها كمقصد سياحي أمام العالم، والبرنامج كان يقدم من قبل تحت مسمى «حلوة بيروت» حتى تم تغيير الاسم إلى «B. Beirut».

والبرنامج يقدم من أسواق «بيروت وانتقل إلى مجمع «City Center» لينقل دائمًا من العاصمة اللبنانية كل جديد ويغطي أهم الأحداث الاجتماعية(١٣٧).

- برنامج «محطات»:

القناة: العربية.

تقديم: سهام بن زاموش.

فكرة البرنامج: يتناول البرنامج حياة أسرة عربية في رحلتها إلى أي وجهة سياحية مع التعرف على الرحلات العائلية وما يقدم من برامج للسياحة العائلية، كما يقدم البرنامج عددًا من التقارير من مناطق مختلفة يلقي الضوء عليها ويقدم مضمونًا سياحيًّا خاصًّا عنها سواءً الحديث عن متحف معين، مكانه وتاريخه، أو تقديم معلومات عن أثر سياحي معين أو مدينة معينة مثل بعض الحلقات التي قدمت وتناولت(١٣٨) : مكتبة الكونجرس الأمريكي، وأبواب القدس، ودار مار إلياس، ومعاصر الزيتون في الجزائر، وورزازات مدينة السينما العالمية، وخليج الدلافين في فرنسا، ومراكش الحمراء.

- برنامج «Out and About»:

القناة: Dubai One.

تقديم: Dina Butti, Punam Verma,and Layne Redman

فكرة البرنامج: الدليل الأسبوعي لكل ما يحدث في «دبي» وفي «الإمارات»، ويقدم البرنامج أماكن لأكل الطعام في الخارج(١٣٩).

ويقـدم البرنامـج باللغـة الإنجليزيـة، ويتنـاول الحديـث عـن أماكـن الخـروج والترفيـه في «إمـارة دبي» تحديـدًا، و»الإمـارات» بشـكل عـام مـع إعطـاء معلومـات عنهـا، وبالتـالي يقـدم للمشـاهد مجموعـة مـن النصائـح حـول أفضـل أماكـن الترفيـه والاسـتمتاع داخـل المدينـة ومـا يمكـن أن يختـاره مـن مـكان للتنـزه, مثـل الحلقـة التـي قدمـت عـن جزيـرة السـعديات في « إمـارة أبـو ظبـي»، وبالتـالي يسـتهدف البرنامـج السـائحين الأجانـب الذيـن يمكنهـم أن يحصلـوا عـلى معلومـات عـما يوجـد في «إمـارة دبي» مـن أماكـن للترفيـه والمتعـة خاصـة أن هنـاك عـددًا كبـيرًا مـن الأجانـب الذيـن يقصـدون « إمـارة دبي» للسـياحة أو العمـل ويقيمـون فيهـا وبالتـالي يحتـاج هـؤلاء الـزوار إلى دليـل للتعـرف عـلى مـا يوجـد في المدينـة ومـا يمكنهـم الاسـتمتاع بـه.

- برنامج «حلوة الإمارات»:

القناة: أبو ظبي الإمارات.

تقديم: أمل محمد.

فكـرة البرنامـج: يتنـاول الحديـث عـن المـزارات والأماكـن السـياحية الجديـرة بالزيـارة في الإمـارات ككل، وهـو برنامـج مخصـص لترويـج السـياحة سـواءً الداخليـة لسـكان «الإمـارات العربيـة المتحـدة» أو السـياحة العربيـة المسـتهدف منهـا الـدول العربيـة وجمهورهـا المقـدم لهـم البرنامـج.

ويعـرض البرنامـج الـذي يقـدم بشـكل أسـبوعي لمناطـق الجـذب السـياحي والمـزارات كالفنـادق مثلًا كإحـدى الحلقـات التـي قدمـت عـن واحـد مـن أكـبر فنـادق أبـو ظبـي الحديثـة « The Ritz Carlton»، وعـرض مـا يتمتـع بـه مـن مميـزات وإمكانيـات معـدة لنـزلاء الفنـدق، والحديـث أيضًـا عـن «مدينـة زايد الرياضيـة» وتنشـيط السـياحة الرياضيـة مـن خـلال الحديـث عـن هـذه المدينـة ومـا فيهـا مـن أنشـطة رياضيـة لجـذب جمهـور السـائحين المهتمـين بهـذه الرياضـات للتوجـه إلى المدينـة والتمتـع بالأنشـطة الرياضيـة فيهـا.

- برنامج «عيون بيروت»:

القناة: قناة «اليوم» على شبكة أوربت.

تقديم: تناوب على تقديم البرنامج عدد من المذيعات ومنهن: (ليليان ناعسة، وراغدة شلهوب، وريتا حرب، وغريس بعقليني).

فكرة البرنامج: برنامج متنوع وشامل ويقدم للحياة السياسية، والاجتماعية، والثقافية، والفنية، والأسرية، والسياحية في «لبنان»، ويستضيف الكثير من الشخصيات الفنية والمتخصصة في مجالات مختلفة كالرياضة، والفن، والصحافة، والطب، والعمارة، والتصوير، والسياسة وغيرها من المجالات المختلفة. ويلقي البرنامج الضوء على معلومات عن «لبنان» وجميع مناطقها من خلال عمل تقارير مصورة للأحداث والفعاليات في «لبنان» مثل تغطية مهرجان معين، أو احتفالية معينة، أو مناسبة ما، أو افتتاح مسرحية، أو معرض أو غيرها من الأحداث التي يلقي البرنامج الضوء عليها ويروج في كل محطاته وفقراته إلى «لبنان» وجمال الطبيعة والمعيشة فيها ويروج دائمًا للسياحة وزيارة «لبنان» وخاصة من خلال مخاطبة دول الخليج العربي والسائحين القادمين منها. كما يستهل البرنامج بالإعلام عن أخبار الطقس في كافة مناطق «لبنان». ويقدم البرنامج على مدار خمسة أيام في الأسبوع ويستمر لمدة ثلاث ساعات على الهواء مباشرة.

- برنامج «أبو ظبي .. قصة بناء»:

القناة: أبو ظبي الإمارات.

تقديم: يقوم بالتعليق الصوتي على البرنامج «كريم معتوق».

فكرة البرنامج: يتناول البرنامج الحديث عن تاريخ «إمارة أبو ظبي» وكيف تم تطويرها وبناؤها بعد أن كانت عبارة عن جزء من الصحراء إلى أن بنيت، حتى أصبحت واحدة من المدن الحديثة والهائلة اقتصاديًّا على مستوى العالم. ويستعرض

البرنامج هذا التاريخ من خلال الحديث مع عدد من أبناء «إمارة أبو ظبي» والمطلعين على تاريخ المدينة ويقومون بسرد المعلومات التاريخية عن هذه المدينة وما حدث فيها من تطوير وكيف اختلفت من الماضي وحتى الآن.

والبرنامج عبارة عن سلسلة وثائقية من ثلاثة عشر جزءًا تتحدث عن ماضي دولة «الإمارات العربية المتحدة» العريق وحاضرها، كما تروي السلسلة تاريخ الدولة وسياستها، ويدرس بنيتها التحتية وتراثها ورؤية ما آلت إليه الآن[١٤٠].

- برنامج «دليلك»:

القناة: قناة دبي الفضائية.

تقديم: يقوم بالتعليق الصوتي إبراهيم أستادي».

فكرة البرنامج: برنامج أسبوعي، وهو عبارة عن[١٤١] تجربة سياحية أسبوعية فريدة من نوعها تأخذ المشاهد في رحلات بين «الإمارات السبع»، ويعتمد البرنامج على فكرة إشراك المقيمين والضيوف السياح في التجربة نفسها، بحيث يكون المقيم هو الدليل السياحي ويقدم معلومات عن «الإمارات» وكيفية قضاء الإجازة وأماكن غير مروج لها في المراجع السياحية، ومن خلال ذلك يأتي الضيف السائح إلى « دولة الإمارات» لكي يختبرها على طريقة المقيمين. ومن هنا جاء شعار البرنامج «لتعيشونها وكأنكم من أهلها»، وبذلك يكون برنامج «دليلك» الدليل المثالي والأشمل لأي راغب في السياحة في « دولة الإمارات» والتعرف على مواقعها، ومعالمها وعيش تجربة سياحية لا تنسى، كما يضيف البرنامج الجانب الثقافي والحضاري للدولة من خلال تسليط الضوء على العادات والتقاليد، والموروثات المحلية، والأنظمة، بالإضافة لأجندة الفعاليات الأسبوعية في الدولة. مثل بعض الحلقات التي قدمت عن: «دبي وجهة لسياحة النقاهة، و٢٠ تجربة سياحية في دبي، وأتلانتس في تجربة لا مثيل لها».

وبهـذا فالبرنامـج يدعـم فكـرة السـياحة التطوعيـة التـي تقـوم عـلى فكـرة اسـتضافة أهـل البلـد والسـكان المحليـين للسـائحين وجعلهـم يعيشـون تجربـة الإقامـة فيهـا ويعرفونهـم عـلى الأماكـن الموجـودة بهـا، مـما يجعـل السـائح يعيـش فكـرة الإقامـة داخـل الدولـة مـع أسرة محليـة ويتعـرف عـلى عـادات وتقاليـد هـذه الدولـة عـن قـرب ويعايـش أهلهـا في حياتهـم وإقامتهـم ليمكـن أن يكـون السـائح بنفسـه هـو مرشـد سـياحي ومـروج للسـياحة في هـذه الـدول لغـيره مـن أقاربـه وأهلـه وأصدقائـه عندمـا يعـود إلى وطنـه مـرة أخـرى.

- برنامج «بيوت الرحمن»:

القناة: قناة سما دبي الفضائية.

تقديـم: جـزء مـن البرنامـج عبـارة عـن حديـث مبـاشر مـن تقديـم الشـيخ أ.د/ أحمـد الكبيـسي مـع الاعتـماد في جـزء مـن البرنامـج عـلى وجـود تعليـق صـوتي عـلى الصـورة المصاحبـة [١٤٢].

فكـرة البرنامـج: برنامـج يومـي وثائقـي يـؤرخ لتاريـخ المسـاجد الموجـودة في الإمـارات ويتنـاول رموزهـا المعماريـة وتاريخهـا وبناءهـا مثـل[١٤٣] الحلقـة التـي تناولـت «مسـجد أبـو عبيـدة ابـن الجـراح في دبي».

ب- الأفلام التسجيلية السياحية:

يعـد الفيلـم التسـجيلي السـياحي مـن أهـم الأشـكال المقدمـة في التلفزيـون فيـما يخـص الجانـب السـياحي؛ حيـث يتـولى الفيلـم التسـجيلي السـياحي تعريـف وتقديـم المنطقـة السـياحية بشـكل دعـائي جيـد فيـما يعتـبر مـن أهـم مميزاتـه أنـه يمكـن تبادلـه بـين القنـوات المختلفـة ليكـون خـير وسـيلة للدعايـة والتنشـيط السـياحي عـن هـذا البلـد.

وكان يسـتخدم الفيلـم التسـجيلي السـياحي قديمًـا كوسـيلة للتنشـيط السـياحي بـين الـدول المختلفـة -وذلـك قبـل انتشـار الفضائيـات- حيـث كان يتـم تبـادل الأفـلام السـياحية بـين الـدول حسـب الاتفاقيـات الثقافيـة بـين الـدول المختلفـة مـما يكـون لـه أكـبر الأثـر في التنشـيط السـياحي والتعريـف بهـذه الدولـة في المناطـق المختلفـة.

وتعـد التكلفـة العاليـة هـي العقبـة الوحيـدة التـي تقـف أمـام إنتـاج هـذه الأفـلام السـياحية وخاصـةً إذا تـم إعـداد نسـخ منهـا بلغـات متعـددة ويـرى بعـض الكتـاب أن هـذه العقبـة يمكـن التغلـب عليهـا بسـهولة مـن خـلال تشـجيع إنتـاج الأفـلام المشـتركة، التـي تشـترك في إنتاجهـا أكـثر مـن جهـة كالمحافظـات التـي تقـع بهـا المناطـق السـياحية موضـوع الفيلـم، والهيئـة المصريـة العامـة للتنشـيط السـياحي، والهيئـات الإقليميـة للتنشـيط السـياحي، والتلفزيـون المـصري، واتحـاد الغـرف السـياحية، ووحـدات مـن قطـاع الأعـمال السـياحية سـواءً فنـادق، أو قـرى سـياحية، أو مطاعـم سـياحية وغيرهـا. وهـذا التعـدد في الجهـات المنتجـة للفيلـم سـيؤدي إلى إنتـاج أفـلام عـلى أعـلى مسـتوى تحقـق فائـدة لجميـع هـذه الجهـات، وسـيقلل مـن التكلفـة الإنتاجيـة لـكل جهـة عـلى حـدة[١٤٤].

يسـتطيع الفيلـم التسـجيلي أيضًـا أن يقـوم بـدور فعـال ومؤثـر في عـرض وجـه «مـصر» في الخـارج وذلـك عـن طريـق إرسـال وعـرض الأفـلام التسـجيلية في الخـارج، تلـك الأفـلام التـي تـبرز الإنجـازات التـي تحققهـا «مـصر» في مختلـف المجـالات وذلـك مـن خـلال المعـارض الدوليـة أو مـن خـلال القنـوات التلفزيونيـة، ومـن خـلال السـفارات والمكاتـب الثقافيـة والإعلاميـة المصريـة بالخـارج. ومـن الأفـلام التـي تهـدف لتحقيـق هـذا الهـدف أفـلام هيئـة تنشـيط السـياحة والأفـلام التـي تتنـاول الآثـار المصريـة والمعـالم السـياحية المختلفـة. وهكـذا يمكـن القـول إن للفيلـم التسـجيلي دورًا إعلاميًّـا وتوجيهيًّـا كبـيرًا عـلى المسـتوى الداخـلي والخارجـي لـو أحسـن اسـتخدامه ووجـد فـرص العـرض المناسـب[١٤٥].

كـما تقـدم «الفضائيـة المصريـة» عـددًا مـن الأفـلام التسـجيلية السـياحية التـي تبثهـا دون وجـود وقـت محـدد لإذاعتهـا أي أنهـا تكـون مـواد تسـتخدم بـين البرامـج والفقـرات في فـترات غـير ثابتـة بينـما لا تخصـص لهـا موعـدًا ثابتًـا عـلى الخريطـة البرامجيـة، كـما لوحـظ عـلى هـذه الأفـلام أن تاريـخ إنتاجهـا يرجـع إلى سـنوات ماضيـة. بينـما كانـت قليلـة جـدًّا الأفـلام التسـجيلية السـياحية الحديثـة التـي عرضـت مـن إنتـاج مـا بعـد سـنة ٢٠٠٠م ومـن أبـرز هـذه الأفـلام التسـجيلية السـياحية التـي عرضـت في فـترة التحليـل عـلى القنـاة الفضائيـة المصريـة:

- فيلم «قلعة قايتباي»:

يتناول هذا الفيلم الحديث عن قلعة قايتباي بالإسكندرية، ويعرض تاريخ إنشاء هذه القلعة ويقدم شرحًا تفصيليًا للقلعة ومظاهرها وموقعها الفريد على البحر الأبيض المتوسط.

- فيلم «القاهرة»:

يتناول الفيلم الحديث عن مدينة القاهرة ومعالمها التاريخية، والأثرية، والحضارية والجمالية المختلفة والفيلم من إخراج «سميحة الغنيمي» إحدى أشهر رائدات العمل التسجيلي في «مصر»، ويعرض الفيلم لقلعة صلاح الدين والمزارات السياحية المختلفة بها ويقدم صورة لليل القاهرة ومنظر نهر النيل بشكل يقدم صورة إيجابية ومشرقة لمدينة «القاهرة» ويدعو من يشاهده للتجول فيها وزيارتها.

- فيلم «الحديقة اليابانية: سحر الشرق»:

يعرض الفيلم للحديقة اليابانية في حلوان جنوب القاهرة, ويقدم تاريخ إنشاء هذه الحديقة وأنها رمز للصداقة بين «مصر» و «اليابان»، والحدائق المزروعة بها وهيكلها وطرازها المعماري الهندسي الذي يعبر عن الحضارة اليابانية ويقدم للأشجار المتنوعة التي تزهر بها الحديقة مع التماثيل المعبرة عن الحضارة اليابانية. والفيلم من إنتاج «القناة الفضائية المصرية».

- فيلم «الأقصر: عاصمة الحضارة»:

فيلم وثائقي يتناول الحديث عن مدينة الأقصر المصرية كمدينة تاريخية عريقة والحديث عن الآثار والمزارات التي توجد بها والتشجيع على إظهار هذه المدينة كمدينة تاريخية تدعو السائحين لزيارتها والاستمتاع بآثارها القديمة، الفيلم إنتاج قطاع التلفزيون المصري عام ٢٠٠٧م.

- فيلم « سيمفونية الأشجار»:

يتناول الفيلم الحديث عن الأشجار المتواجدة في حدائق «مصر» المختلفة ويحكي تاريخ هذه الأشجار وما تتميز بها عن غيرها من الأشجار مثل «الأشجار الموجودة في الحديقة الفرعونية»، و»حديقة الحيوان بالجيزة» ويعرض الفيلم معلومات قيمة جدًّا عن هذه الأشجار وقيمتها البيئية وأهمية الحفاظ عليها وهو ما يدعم الوعي بالسياحة البيئية لدى المشاهدين والزائرين لهذه المناطق. الفيلم من إنتاج قطاع الإنتاج باتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري.

ج- الفواصل السياحية المصورة «الومضات السياحية» Fillers or Fillin:

تقدم القنوات الفضائية العربية مجموعة من اللقطات المصورة التي تتناول مكانًا ما أو مزارات سياحية في دولة ما لتعرضها بشكل سريع وجذاب بين الفقرات والمضامين المختلفة التي تقدم في هذه القناة، وهذه الفواصل والتي أطلقت الباحثة عليها مسمى (الومضات السياحية) عادةً ما تكون مصحوبة بموسيقى أو أغنية ما ولا يصاحبها تعليق صوتي – إلا نادرًا- وقد تهتم القناة الباثة بتوضيح المكان المقدم من خلال كتابة اسم المكان أو المزار في أثناء عرض هذه الومضات السياحية لتعريف المشاهد به وجذب انتباهه لهذا المكان وما يوجد به من مقومات تشجعه على زيارته.

وقد اهتمت القناة الفضائية المصرية بعرض الومضات السياحية المصورة المقدمة والتي تروج للأماكن والمناطق السياحية الموجودة في «مصر» مثل الفاصل الذي تناول فكرة حب «مصر» وكان شعاره «مصر بتحبك .. حب مصر»؛ حيث هدف الفاصل لنوع من الترويج للسياحة داخل «مصر» مع التركيز على الجمهور المحلي بدعوته لحب بلده وزيارتها والارتقاء بوعيه السياحي، إلى جانب توجيه الرسالة لجمهور الوطن العربي لاسيما وأن الفاصل السياحي ركز على عرض صور للسياح العرب وهم يستمتعون داخل «مصر».

وتهتـم «الفضائيـة المصريـة» منـذ وقـت سـابق بهـذا النـوع مـن المضامـين السـياحية وهـو مـا أثبتتـه أحـد الدراسـات السـابقة والتـي تناولـت بالتحليـل القنـاة الفضائيـة المصريـة في عـام ١٩٩٩ [١٤٦] حيـث لاحظـت الباحثـة أن «القنـاة الفضائيـة المصريـة» تعتمـد عـلى تصويـر المناطـق السـياحية المختلفـة في فقـرات قصـيرة جـدًّا لمـلء الفراغـات التـي تفصـل بـين البرامـج والمـواد التلفزيونيـة المختلفـة ويتـم عـرض معظـم المقومـات التـي تتمتـع بهـا المنطقـة السـياحية المعنيـة في هـذا الوقـت القصـير، ومـن هـذه المناطـق والمـزارات السـياحية الفيـوم، ورشـيد، وواحـة سـيوة، والقاهـرة، والسـاحل الشـمالي، والعريـش، ومناطـق بمدينـة القاهـرة (الحسـين والغوريـة)، وطابـا، إضافـة إلى فقـرة بعنـوان «مـصر Egypt» تعـرض كثـيرًا مـن المناطـق الأثريـة والسـياحية المنتـشرة «بمـصر».

وتهتـم الفضائيـة المغربيـة بهـذا النـوع مـن المضامـين السـياحية وتنتـج عددًا مـن الفواصل السـياحية التـي تقـدم عـن أماكـن ومـدن مـن المملكـة المغربية, مثـل: «الربـاط، وفـاس، ومكنـاس، ومراكـش» وتقدم هـذه الفواصـل مصاحبـة بموسـيقى أو أغـانٍ وطنيـة تعـبر عـن الـتراث المغـربي وتوضـح الثقافـة المغربيـة مـن خلالهـا، كـما تهتـم القنـاة بعـرض الفاصـل السـياحي الـذي يقـدم معلومـات عامـة عـن «المملكـة المغربيـة» مـن خـلال اللقطـات الفيلميـة المصـورة عـن مختلـف المـدن والمـزارات في المملكـة مـع التركيـز عـلى مخاطبـة الدوافـع الثقافيـة ممثلـة في زيـارة الآثـار والتعـرف عـلى عـادات وتقاليـد المجتمـع المغـربي، ومخاطبـة دوافـع الاسـتمتاع والراحـة والتمتـع بالجـمال مـن خـلال عـرض أماكـن السـياحة الشـاطئية وممارسـة الرياضـات البحريـة والتسـوق في الأسـواق العتيقـة والسـاحات المختلفـة، وتقديـم «المملكـة المغربيـة» أيضًـا كدولـة حضاريـة بهـا العديـد مـن المشروعـات والمنجـزات الحضاريـة المختلفـة وفي مختلـف المجـالات كالعـمارة، والطـب، والهندسـة، والزراعـة والصناعـة وغيرهـا مـن المجـالات المختلفـة.

فيـــما ظهـــرت القنـــاة الفضائيـــة الأردنيـــة في مقدمـــة القنـــوات المهتمـــة بعـــرض الفواصـــل الســـياحية عـــلى شاشـــتها وتتنـــاول في هـــذه الفواصـــل مناطـــق أردنيـــة ســـياحية متنوعـــة وتخصـــص الفضائيـــة الأردنيـــة ومضـــات ســـياحية تنتجهـــا القنـــاة خاصـــة بعـــرض منطقـــة

أو مـكان مـا مـع عـرض لأبـرز مـا يوجـد في هـذا المـكان والمـزارات التـي يشـتهر بهـا مثـل «مناطـق عـمان العاصمـة، وإربـد، ووسـط البلـد، ومادبـا، والأزرق، وعجلـون» وغيرهـا مـن المناطـق وتقـدم هـذه الفواصـل بشـكل دوري ومسـتمر عـلى مـدار اليـوم.

كـما قدمـت «الفضائيـة الأردنيـة» فاصـلًا سـياحيًا خاصًـا بمدينـة «مادبـا» احتفـالًا بكونهـا مدينـة الثقافـة الأردنيـة للعـام ٢٠١٢ فخصصـت القنـاة خـلال هـذا العـام فاصـلًا سـياحيًا يعـرف بمدينـة «مادبـا» كمدينـة التسـامح والوسـطية والتقـاء الأديـان، وعـرض لـكل مـا فيهـا مـن مقومـات لتشـجع السـائح الأردني والعـربي عـلى الاحتفـال بهـذه المدينـة.

وتزامنـت الفواصـل السـياحية التـي عرضتهـا القنـاة الفضائيـة الأردنيـة مـع عـدد مـن الاحتفـالات الوطنيـة الخاصـة «بالمملكـة الأردنيـة الهاشـمية» مثـل الاحتفـال بعيـد الاسـتقلال، والاحتفـال بالثـورة العربيـة الكـبرى، والاحتفـال بعيـد الجيـش وكلهـا مناسـبات احتفاليـة وطنيـة اهتمـت القنـاة بعـرض فواصـل تعـرض لهـذه المناسـبات وكيفيـة الاحتفـال الوطنـي بهـا وتشـجيع الجماهـير عـلى الاحتفـال بهـا وحضـور الاحتفاليـات الخاصـة بهـا.

كـما قدمـت القنـاة فواصـل سـياحية تركـز عـلى الاحتفـال «بمهرجـان جـرش للثقافـة والفنـون» والـذي يقـام سـنويًا, واهتـم الفاصـل السـياحي المقـدم بعـرض أماكـن الاحتفـالات والفعاليـات الثقافيـة المصاحبـة للمهرجـان وأماكـن بيـع التذاكـر للجمهـور للتشـجيع والحـث عـلى حضـور المهرجانـات المحليـة وتشـجيع الأنشـطة الثقافيـة الفنيـة المختلفـة.

د- الحملات الإعلامية السياحية:

تعـد الحمـلات الإعلاميـة السـياحية مـن أبـرز الأشـكال الإعلاميـة السـياحية التـي ينبغـي الاهتـمام بهـا وتسـليط الضـوء عليهـا لاسـيما وأنهـا تقـوم بـدور كبـير في مجـال الترويـج للسـياحة ولمـا يكـون لهـا مـن مـردود وعائـد جيـد خاصـة إذا تـم التخطيـط لهـا بشـكل سـليم وصحيـح وحققـت الأهـداف المرجـوة منهـا بعنايـة ودقـة.

والحملة الإعلامية هي مجموعة من الجهود المنظمة التي تساعد في ترويج خدمة ما خلال فترة زمنية محددة، ولا يمكن لحملة إعلامية أن تحقق نجاحًا ما دون تحديد دقيق وواضح لأهدافها، وينبغي أن تأتي أهداف الحملة متناغمة مع القدرات والإمكانيات المتاحة وفي إطار الوقت المخصص لتنفيذها[١٤٧].

ولابد أن تراعي الحملة الإعلامية الظروف والأوضاع التي تمر بها الدولة التي تقدم عنها الحملة الإعلامية وأن تركز في تخطيطها على مراعاة الأهداف التي وضعها القائمون على الحملة الإعلامية كأن يكون الهدف هو رفع الوعي السياحي لدى المواطنين المحليين بأهمية السياحة وحسن استقبال السائحين ومعاملتهم معاملة لائقة مثل حملة «السياحة خير لينا كلنا» التي أطلقتها «القناة الفضائية المصرية» منذ عدة سنوات، أو أن يكون الهدف هو ترويج السياحة في فترات معينة كالمواسم المختلفة مثل شهر رمضان المبارك كحملة «مصر روحها في رمضان» التي أطلقتها أيضًا الفضائية المصرية. أو قد يكون الهدف هو تصحيح الصورة الذهنية للدولة لدى الدول الأخرى وخاصة إذا صاحب هذا وجود مشكلات داخل الدولة كالمشكلات والأزمات السياسية أو الأمنية؛ حيث تركز الحملة في هذا الوقت على تصحيح الصورة الذهنية للدولة ومحاولة الترويج أن هذه الدولة تتمتع بالأمن والأمان وتشجع المشاهدين على زيارة هذه الدولة والسياحة فيه.

وقد تبنت «القناة الفضائية المغربية» حملة إعلامية سياحية تسمى «حملة مرحبا» واهتمت هذه الحملة بالترويج لنوع من السياحة الحديثة وهي «سياحة الجذور»؛ حيث حرصت الحملة على فكرة ربط المهاجرين المغاربة والمقيمين في الخارج من أبناء «المغرب» بوطنهم الأم وتشجعيهم على قضاء العطلة الصيفية في وطنهم، وتوضيح كافة التسهيلات التي تقدمها لهم الحكومة المغربية في إجراءات السفر والوصول، وتم توجيه رسائل الحملة باللغتين العربية والفرنسية.

فيـما تبنـت « القنـاة الفضائيـة الأردنيـة» حملـة إعلاميـة سـياحية تهتـم بالسـياحة الثقافيـة الأثريـة مـن خـلال هـدف إعـادة أحيـاء الـتراث في عـدد مـن المـدن التاريخيـة الأردنيـة مثـل «البـتراء، ووادي رم، وقلعـة الشـوبك»، ووجهـت الحملـة الرسـائل لإعـادة الاهتـمام بالـتراث الأردني التاريخـي والحفـاظ عليـه وزيارتـه والاسـتمتاع بـه إلى جانـب إقامـة الاحتفاليـات الثقافيـة لتشـجيع زيـارة هـذه المناطـق.

وتجـدر الإشـارة إلى أنـه مـن أهميـة الإعـلام السـياحي والتركيـز عليـه مـن قبـل وسـائل الإعـلام المختلفـة وخاصـة المضامـين التلفزيونيـة- سـواءً المبـاشرة أو غـير المبـاشرة- فقـد ظهـرت القنـوات الفضائيـة السـياحية المتخصصـة التـي تركـز عـلى المجـال السـياحي والمضمـون السـياحي فقـط سـواءً في دولـة بعينهـا أو الترويـج للسـياحة في دول مختلفـة عربيًّـا وعالميًّـا وهـو مـا يعرضـه الفصـل التـالي بـشيء مـن التفصيـل.

***

الفصل الخامس

القنوات الفضائية السياحية المتخصصة

تمهيد:

تعد تجربة إطلاق فضائية سياحية متخصصة للترويج والتنشيط السياحي في الأماكن والدول المختلفة مع التركيز على أنواع عديدة ومتنوعة من النشاط السياحي، من التجارب التي كانت تظهر من وقت لآخر، إلا أن هذه القنوات الفضائية السياحية منها الكثير الذي لم يكتب له النجاح والاستمرارية ولم يؤدِ الدور المطلوب منه؛ مما أدى إلى فشل تجارب هذه القنوات وبالتالي إغلاقها, ولعل من أهم الأسباب التي تعوق استمرار مثل هذه القنوات هي فكرة عدم وجود التمويل الكافي لإنتاج المحتوى السياحي الذي يملأ إرسال هذه القناة، كما أن بعض هذه القنوات اكتفت في تناولها للجانب السياحي بعرض مجرد صور ومناظر لمناطق سياحية في بلاد مختلفة مع توضيح البلد المقدم دون أي مجهود يبذل في إنتاج برامج سياحية أو أفلام تسجيلية سياحية يمكن الاعتماد عليها كمحتوى للقناة رئيسي يساهم في تنشيط السياحة وتقديم الدور المطلوب منه.

بينما نجد في المقابل نموذج لقناتين أجنبيتين متخصصتين في السياحة هما قناة «Check Inn TV" التركية والمدبلجة باللغة العربية، وقناة « Travel Channel » التي تقدم ضمن شبكة قنوات «OSN» وهي قناة تقدم محتوى سياحيًّا هادفًا ومحترفًا, والأفكار المقدمة فيه تعد أفكارًا حديثة ومواكبة للهدف من الإعلام السياحي، وفي الجزء التالي تقدم الباحثة نبذة عن بعض القنوات الفضائية السياحية العربية التي وجدت ولم يكتب لبعضها النجاح والاستمرار، وبعض التجارب الأخرى التي كانت في حيز الإطلاق إلا أنها لم تظهر على الشاشة، إلى جانب الحديث عن تجربتي القنوات الأجنبية المتخصصة بالسياحة.

نماذج للقنوات الفضائية السياحية العربية:

أ- قناة «فلسطين السياحية Palestine Travel Channel»:

— بداية القناة: انطلقت في عام ٢٠١٢[١٤٨].

- تبعية القناة: شركة فلسطينية خاصة وهي شركة «T. Media» في «رام الله»[١٤٩].

- الأقمار التي تبث عليها والتغطية الجغرافية: ظهرت القناة على قمر النايل سات بتردد ١١٦٧٩ أفقي[١٥٠].

- هدف القناة: شغل منصب مدير القناة «منير الطريفي» والذي وضح هدف القناة في بث صور ثابتة لمواقع أثرية في فلسطين, وأن هذه المواقع التي تعرض ليست فقط في الضفة الغربية وإنما مواقع أثرية فلسطينية من «عكا وحيفا و يافا والناصرة»، وصور من داخل «القدس». ويقع مركز البث للقناة من داخل «مملكة البحرين» بينما إدارة القناة تقع في «الأراضي الفلسطينية»[١٥١].

وتحدد هدف القناة في تعريف المشاهد بالمناطق السياحية في «فلسطين» لاسيما وأن الاعتماد على السياحة الداخلية في «فلسطين» أكثر من السياحة الخارجية؛ لأسباب عديدة منها سياسية، وكذلك تعريف الجيل الجديد من أبناء الشعب الفلسطيني بهذه المواقع السياحية, حيث إنه – كما أوضح مدير القناة- فإن السياحة لا تعني المواقع والأماكن السياحية بل تشمل التراث الشعبي واللباس والأكلات الشعبية والأغاني الشعبية والتراثية، ومن أجل ذلك تحمل القناة شعار «حكاية بلد»، وبداية عمل القناة سيركز على نشر الصور السياحية والتراثية والمعلومات السياحية ومن ثم مستقبلًا ستقوم بعمل تقارير وتحقيقات صحفية مصورة عن السياحة[١٥٢].

وكانت الشركة تعتزم إنشاء قناة سياحية في «الأردن»، ومن المتوقع أن تبدأ بثها التجريبي خلال شهر مارس ٢٠١٢, حيث سيتم ربطها مع «قناة فلسطين السياحية» إلكترونيًّا إضافة إلى نية الشركة إقامة قناة سياحية أخرى في تركيا ناطقة باللغة العربية[١٥٣].

تقدم هذه القناة المتخصصة في الترويج للسياحة في «فلسطين» صورًا ثابتة لبعض المناطق الفلسطينية مع معلومات عن هذه البلدة أو المدينة بالإضافة إلى عدد من الإعلانات عن مطاعم، وفنادق، ومعلومات عن بعض العادات والتقاليد المنتشرة هناك.

ب- قناة «Très Jolie» الفضائية السياحية:

- بداية القناة: بدأت في ٢٠١٢[١٥٤].

- تبعية القناة: تتبع شركة سياحية مصرية تسمى «Très Jolie», وتقوم القناة بعمل إعلان ودعاية لعروض الشركة المقدمة وذلك بهدف الوصول لعدد أكبر من الجمهور وتعريف الآخرين بالشركة وعروضها المختلفة.

- الأقمار التي تبث عليها والتغطية الجغرافية: تبث على النايل سات بتردد ١٢٠٣٤ أفقي[١٥٥].

- هدف القناة: أول قناة فضائية «إعلانية» متخصصة في الإعلان عن العروض السياحية للفنادق، والطيران، ورحلات الحج والعمرة.

وفي ظل ما يشهده قطاع السياحة من ركود بعد أحداث الثورة « يناير ٢٠١١» وعزوف الكثيرين حتى من أبناء الدول العربية عن السياحة في «مصر» قررت «قناة Très Jolie « أن تنشئ أول قناة سياحية في «مصر» بعد الثورة تهتم بعرض الأماكن السياحية في «مصر» من صعيدها حتى سواحل البحر المتوسط ومن شرقها من سيناء وحتى غربها. كما ستقوم القناة بعرض أحدث العروض المتميزة للبرامج السياحية للمصريين في الداخل وللعرب والأجانب في شرم الشيخ، والغردقة، والأقصر، وأسوان، وسيناء، والواحات البحرية ورحلات السفاري والغوص وغيرها من البرامج السياحية المختلفة والأماكن السياحية والطبيعية في «مصر» إضافة إلى الترويج للسياحة الدينية وعرض برامج الشركات السياحية[١٥٦].

إلا أن القناة توقفت عن البث حاليًّا، وذلك لرغبة القائمين على القناة في الانطلاق بشكل أفضل وتحديث المضمون المقدم من خلال القناة- وذلك كما أوضح أ/ أحمد خطاب مدير خدمة العملاء بشركة Très Jolie للسياحة-[١٥٧].

ج- قناة «Journey TV»:

- بداية القناة: وجدت في نوفمبر ٢٠١١[١٥٨].

- تبعية القناة: يوجد المكتب الرئيس للقناة في سوريا «حلب»، وما يميزها أن القائمين عليها من الكادر الإعلامي والتنفيذي متخصصون في تنظيم الرحلات والمهرجانات والحفلات بالإضافة إلى امتلاك القناة لعدة مشروعات سياحية في البلدان العربية والأجنبية[١٥٩]. ويشغل «طه قاسم» منصب المدير التنفيذي للقناة[١٦٠].

- الأقمار التي تبث عليها والتغطية الجغرافية: تبث على قمر النايل سات وتغطي منطقة الشرق الأوسط وجنوب أوروبا على تردد ١١٦٠٢ أفقي[١٦١].

- هدف القناة: تتخصص برامج هذه المحطة بالسياحة وكل ما يتعلق بها من فنادق ومنتجعات سياحية ونوادي ليلية وحفلات ومهرجانات بالإضافة إلى المناطق السياحية وشركات الطيران والعطلات، وتسعى قناة «Journey TV» من خلال كادرها إلى نشر ثقافة السياحة التي تبرز الوجه الحقيقي للمعالم الموجودة في كل بقعة من بلاد العالم. وتتجه هذه القناة إلى شريحة واسعة من المجتمع فهي موجهة إلى جميع الفئات العمرية بدون استثناء. وتهدف القناة إلى إزالة الحواجز الزمنية والمكانية بين الشعوب وتبادل الأفكار والتعرف على العادات والتقاليد وتوفير كافة المعلومات عن السياحة في كل مناطق العالم[١٦٢]. كما أنها قناة عربية متخصصة بالسياحة العربية والدولية، وتعد خدمة سياحية عربية الانتماء، عالمية الإبعاد[١٦٣].

د- قناة «الحضارة» الفضائية:

- بداية القناة: ظهرت في ٢٠١٠[١٦٤].
- تبعية القناة: تابعة لوزارة الثقافة العراقية[١٦٥].
- الأقمار التي تبث عليها والتغطية الجغرافية: تبث القناة على القمر المصري «نايل سات» على تردد ١١٢١٩ أفقي[١٦٦].

- هـدف القنـاة: قنـاة عراقيـة تهتـم بتقديـم العـادات والتقاليـد لمختلـف البلـدان العربيـة مثـل مـا قدمتـه القنـاة مـن الحديـث عـن الأزيـاء العراقيـة طبيعتهـا ومـا يميزهـا عـن غيرهـا مـن الأزيـاء في الـدول العربيـة، وتعـرض القنـاة أفلامًـا تسـجيلية سـياحية.

وتهتـم بشـكل كبـير بالسـياحة الثقافيـة مـن خـلال تقديـم الأفـلام التسـجيلية السـياحية التـي تـؤرخ للآثـار الإسـلامية والعربيـة المختلفـة، إلى جانـب اهتمامهـا بعمـل شريـط إخبـاري عـلى الشاشـة «News Bar» لعـرض الأخبـار الثقافيـة التـي تتنـاول احتفاليـة ثقافيـة معينـة، أو صـدور كتـاب مـا، أو الإعـلان عـن نـدوة شـعرية أو أمسـية ثقافيـة معينـة، أو عـرض مـا يتعلـق بالاحتفـال بمدينـة «بغـداد» كعاصمـة للثقافـة العربيـة عـام ٢٠١٣. كـما تهتـم القنـاة بعـرض الفواصـل السـياحية بـين الفقـرات التـي تعـرض للمناظـر الطبيعيـة مثـلًا.

هـ- قناة أطلس للسفر والثقافة «ATC»:

- بدايـة القنـاة: ذكـرت بعـض المصـادر أن القنـاة تأسسـت في عـام ٢٠٠٦ [١٦٧]، فيـما ذكـرت مصـادر أخـرى أن القنـاة ظهـرت في عـام ٢٠٠٧[١٦٨] .

- تبعيـة القنـاة: أول قنـاة بحرينيـة خاصـة مملوكـة بنسـبة ٨٠٪ وملكيـة القنـاة تعـود لرجـل الأعـمال «جميـل وفـا» بشراكـة متعـددة ويديرهـا رجـل الأعـمال العراقـي «د/ محسـن الصفـار»[١٦٩].

- الأقـمار التـي تبـث عليهـا والتغطيـة الجغرافيـة: تميـزت قنـاة أطلـس ومنـذ بـدء انطلاقهـا بتغطيتهـا الواسـعة؛ حيـث تبـث عـبر ثلاثـة أقـمار صناعيـة هـي «العـرب سـات والنايـل سـات وأتلانتيـك بـيرد» مـما يمكنهـا مـن تغطيـة جميـع منطقـة الـشرق الأوسـط وشـمال أفريقيـا وأوروبـا[١٧٠]. وتبـث القنـاة عـلى قمـر النايـل سـات عـلى تـردد ١٠٩١٠ عمـودي [١٧١].

- هـدف القنـاة: تأسسـت القنـاة لتكـون قنـاة رائـدة في مجـال الترويـج السـياحي والتغطيـة الثقافيـة للعديـد مـن الأحـداث السـياحية والثقافيـة في داخـل «مملكـة البحريـن» وخارجهـا. وتتنـوع برامـج القنـاة بـين البرامـج ذات الطبيعـة الترويجيـة لسـياحة الـدول العربيـة والأجنبيـة والبرامـج الثقافيـة والبرامـج الترفيهيـة، كـما أن وجـود مراسـلين للقنـاة في العديـد مـن البلـدان ومنهـا عـلى سـبيل المثـال لا الحـصر «لبنـان، ومـصر، وسـوريا، واليمـن، وتونـس، والمغـرب» مكنهـا مـن مواكبـة الحـدث السـياحي والثقـافي بشـكل فعـال جـدًّا[١٧٢].

كـما قامـت القنـاة بإعـداد وتجهيـز مجموعـة كبـيرة مـن البرامـج الحيـة التـي تتنـاول الحيـاة في «البحريـن»، إضافـة إلى بعـض البرامـج التـي تقـدم معلومـات تاريخيـة وثقافيـة عـن «البحريـن»، وهنـاك برامـج تـروج للسـياحة في المملكـة، وكان مـن أهـداف هـذه القنـاة أن تشـكل صـورة جديـدة للبحريـن بالنسـبة للأجانـب، كونهـا قنـاة خاصـة تقـدم مـا لا يتعـرض لـه الإعـلام الرسـمي مـن حيـث الفعاليـات الثقافيـة والسـياحية, وتعتـبر القنـاة قنـاة سـياحية متخصصـة وليـس لهـا أي هويـة سياسـية، وهـي تسـاهم في إبـراز مقومـات « مملكـة البحريـن» السـياحية والاقتصاديـة [١٧٣].

و- قناة «شرم الفضائية»:

- بدايـة القنـاة: ذكـرت بعـض المصـادر أن القنـاة انطلقـت في ٢٠٠٦[١٧٤]، بينـما ذكـرت مصـادر أخـرى أنهـا بـدأت في نوفمـبر ٢٠٠٧.

- تبعيـة القنـاة: جـاءت تلـك القنـاة نتـاج توقيـع بروتوكـول تعـاون بـين «وكالـة الـشرق الأوسـط للخدمـات الإعلاميـة» و»اتحـاد المنتجـين العـرب» و»إريبيـان أروز» للتسـويق فالقنـاة أنشـئت بمسـاهمة مصريـة عربيـة[١٧٥].

- الأقـمار التـي تبـث عليهـا والتغطيـة الجغرافيـة: ظهـرت عـلى قمـر النايـل سـات عـلى تـردد ١٠٨٩٢ أفقـي[١٧٦]، وأيضًـا قمـر أتلانتـك بـيرد٤[١٧٧].

- هـدف القنـاة[١٧٨] : قنـاة فضائيـة سـياحية متخصصـة تهتـم بالتوعيـة السـياحية وتهـدف إلى التعريـف بالحضـارة والعراقـة العربيـة للآخـر مـن خـلال التعريـف بتلـك المقومـات السـياحية التـي تتمتـع بهـا «مـصر»، والـدول العربيـة لتكـون أبـرز القنـوات الفضائيـة العربيـة المتخصصـة في المجـال السـياحي. وتنطلـق القنـاة مـع بثهـا بمجموعـة مـن البرامـج الوثائقيـة التـي تصـل عددهـا إلى ثمانيـة وثلاثـين فيلـمًا تـدور أحداثهـا حـول ١٤٠٠ سـنة مـن التاريـخ والحضـارة والتـي لا تسـتهدف المشـاهد العـربي فحسـب, بـل تمتـد لتتوجـه للسـائح الأجنبـي أيضًـا، كـما يوجـد تعـاون بـين القنـاة وبعـض الجهـات السـياحية في الـدول العربيـة كـما حظيـت القنـاة بالتعـاون مـن الجامعـة العربيـة التـي تعمـل عـلى مدهـا بعـدد مـن المـواد الإعلاميـة الثريـة التـي تحقـق أهـداف القنـاة.

كـما تعمـل قنـاة «شرم» عـلى تقديـم وعـرض المعلومـات، والمـواد السـياحية بشـكل يخلـو مـن الملـل، وتحـرص القنـاة في اختيـار برامجهـا عـلى التشـويق والإثـارة للفـت انتبـاه عـدد مـن السـائحين المهتمـين بالسـياحة العلاجيـة، الترفيهيـة، الثقافيـة والعلميـة ووضـع خطـة سـياحية تعمـل عـلى التعريـف بتلـك الحضـارات وتوعيـة السـائح بأفضـل الأماكـن السـياحية وأشـهرها ومـا يتناسـب مـع اهتمامهـم. كـما تعتمـد القنـاة عـلى تخصيـص بعـض البرامـج التـي تعـرض التعريـف بالحضـارات العربيـة القديمـة وبرامـج تتضمـن أيـام العـرب وحياتهـم كـما يوجـد برنامـج «٢٢ يومًـا مـن أيـام العـرب» والـذي يتضمـن الاحتفـال بالأعيـاد القوميـة في كل دولـة مـن الـدول العربيـة.

ز- قناة السفر العربي «Arabian Travel TV»:

- بداية القناة: انطلقت في بداية عام ٢٠٠٥[١٧٩].

- تبعيـة القنـاة: القنـاة تمتلكهـا هيئـة اسـتثمار سـعودية ويديـر المحطـة «جـلال الخوالـدة» المتخصـص في إنشـاء قنـوات التلفزيـون، والـذي أنشـأ محطـة «انفينتـي Infinity» الفضائيـة، وقنـاة «ديـرة الفضائيـة» وتتخـذ القنـاة مـن مدينـة دبي للإعـلام مقـرًا لهـا[١٨٠].

- الأقـمار التـي تبـث عليهـا والتغطيـة الجغرافيـة: انطلقـت عـلى قمـر النايـل سـات عـلى تـردد ١٢٢٢٦ أفقـي(١٨١).

- هـدف القنـاة: تتضمـن القنـاة عـرض عـدد مـن البرامـج التـي تؤسـس لأفـكار السـياحة والسـفر، وعـلى رأس أهدافهـا التأسـيس لخطـاب إعلامـي عـربي سـياحي متخصـص، وتكويـن سـائح عـربي – عـربي يتجـول في أنحـاء الوطـن العـربي ويتعـرف إلى أجزائـه وأماكنـه الجميلـة ومحطاتـه المثـيرة (١٨٢) .

واختصـت القنـاة بتقديـم برامـج إعلاميـة تُعنـى بجميـع مواضيـع السـياحة والسـفر عربيًّـا وعالميًّـا وتغطــي قطاعــات الترويــج للوجهــات الســياحية، والفنــادق، والمطاعــم، وشركات الطــيران والتســوق، والمعـارض والمواقـع الأثريـة السـياحية. ومـع انطلاقـة قنـاة السـفر العـربي، وتقديمهـا مجموعـة كبـيرة مـن البرامـج المتخصصـة, مثـل: (برنامـج مجلـة المسـافر، والمحـرر السـياحي، ومـدن عربيـة، وليـالي عربيـة، وعاصمــة المســافرين، ورحلــة إلى..) تشــكل مفهــوم الإعــلام التلفزيــوني المختــص في شــؤون الســياحة العربيـة عـلى غـرار القنـوات الفضائيـة السـياحية العالميـة، وتـم إنشـاء أول مكتبـة مرئيـة سـياحية تضـم جميـع الصـور الحيـة للمناطـق السـياحية، وبـدأ في حينهـا الفريـق الإعلامـي الـذي ينتـج برامـج القنـاة في التخصـص في مجـال الإعـلام السـياحي العـربي. وحيـث إن الإعـلام السـياحي هـو إعـلام مطبـوع يتمثـل في المجـلات والصحـف التـي تكتـب عـن مواضيـع السـياحة، ومسـموع يتمثـل في البرامـج الإذاعيـة، ومـرئي يتمثـل في برامـج التلفزيـون المعنيـة في قطـاع السـياحة(١٨٣).

وقنـاة السـفر العـربي قنـاة متخصصـة بالسـياحة والسـفر تخاطـب عشـاق السـفر في الوطـن العـربي, وتعمـل ضمـن اسـتراتيجية تكويـن وإقامـة علاقـة وطيدة مـع الأسرة العربية، والمسـافرين، ورجـال الإعمال؛ حيـث تسـاعدهم القنـاة على توسـيع مجال خياراتهم والعـروض المتاحة لهم، وفي ذات الوقـت تهدف القناة لفتـح بـاب الحـوار مع الذين لم يفكروا من قبل في فكرة السـفر والسـياحة, حيث تقـوم بحثهم على الخروج

والسـفر والتنقـل. وبرامـج القنـاة متعـددة ومتنوعـة وأعـدت واختـيرت خصيـصى بقوالـب جديـدة تسـتهدف فتـح المواقـع في العواصـم والمـدن والقـرى وعـرض الجماليـات والدعـوة الجديـدة للبحـث والاستكشـاف، ومـن هـذه البرامـج «رحلـة القـرآن العظيـم، ومجلة المسـافر، ومسـيرة الحضارات الإنسـانية، وعـالم الطـيران، والعـالم الإسـلامي، ومـدن مـن العـالم، ونـت وسـياحة، وأخبـار السـياحة، وأرقـى القطـارات العالميـة»[١٨٤].

ح- قناة «المشكاة» الفضائية:

- بداية القناة: انطلقت في عام ٢٠٠٤[١٨٥].
- تبعيـة القنـاة: فضائيـة عربيـة مسـتقلة متخصصـة في مجـالي السـياحة والعقـار, وشـغل منصـب رئيـس مجلـس إدارة القنـاة «د/خالـد عاشـور»[١٨٦].
- الأقمار التي تبث عليها والتغطية الجغرافية: قمر النايل سات على تردد ١١٧٦٦ أفقي[١٨٧].
- هـدف القنـاة: أوضـح رئيـس مجلـس إدارة القنـاة أن «المشـكاة» تطمـح لأن تصبـح المرجـع الأول الموثـوق لـكل سـائح وعقـاري, وأن تكـون ضرورة لـكل بيـت وشركـة، وبمنزلـة المستشـار الأول قبـل الإقـدام عـلى السـفر أو عـلى أي صفقـة عقاريـة. وبالنسـبة لرؤيـة القنـاة السـياحية فتقـوم القنـاة بالتعريـف بأماكـن وجميـع أنـواع السـياحة سـواءً «الترفيهيـة، أو العلاجيـة، أو الدينيـة، أو العلميـة» وإطـلاع المشـاهد وتزويـده بالمعلومـات الكافيـة، حتـى يتمكـن مـن قضـاء إجـازة سـياحية مـن دون أي معوقـات، كـما سـتتطرق القنـاة لكيفيـة تفـادي المسـافر للمشـكلات التـي قـد يتعـرض لهـا إمـا بسـبب عـدم معرفتـه بلغـة البلـد المقصـود أو بطـرق المواصـلات أو أماكـن الترفيـه أو حجـز الفنـادق وغيرهـا مـن الخدمـات السـياحية. بالإضافـة إلى أنـه سـيتم التركيـز عـلى الأماكـن السـياحية المتميـزة لإرضـاء جميـع الأذواق سـواءً العربيـة أو الإسـلامية والأجنبيـة[١٨٨].

ط- قناة السياحة العربية[١٨٩]:

- البداية: عام ٢٠٠٤.
- التبعية: محطة خاصة مسجلة في «بريطانيا» وتبث من مدينة دبي للإعلام.
- هـدف القنـاة: قنـاة متخصصـة في ترويـج السـياحة العربيـة عـلى أنواعهـا وتعتمـد أسـلوبًا مشـوقًا يقـوم عـلى عـرض ريبورتاجـات وإعلانـات دعائيـة خاصـة بـكل بلـد، وبرامـج ترفيهيـة وإعلاميــة وزيــارات للمواقــع الســياحية للتعريــف بتفاصيلهــا ومميزاتهــا، وتعنــى المحطــة بـأدق التفاصيـل السـياحية لـكل بلـد لتصـل إلى حـد إعـلام السـائح بتعريفـة سـيارات الأجـرة، والهاتـف، والفنـادق، واسـتئجار السـيارات والمطاعـم، وغـير ذلـك.

أمـا سـبب إطـلاق فضائيـة عربيـة متخصصـة بالسـياحة فيوضحـه رئيـس مجلـس الإدارة المديـر العـام للقنـاة «الدكتـور محسـن الصفـار» بـأن السـياحة اليـوم لم تعـد تقتـصر عـلى التعـرف عـلى المعـالم الأثريـة فحسـب, إنمـا توسـعت أفاقهـا لتشـمل المجـالات التـي مـن شـأنها تزويـد المـرء ثقافـة عالميـة وعصريـة في وقـت واحـد مـن السـياحة البيئيـة إلى الرياضيـة، إلى الاستشـفائية، إلى الثقافيـة، إلى الدينيـة.

كـما أن هـدف القنـاة يتمثـل في تعريـف الأسرة العربيـة بأجـزاء منسـية مـن بلادهـا أولًا، ومـن البـلاد الشـقيقة والمجـاورة ثانيًـا، كـما ستشـوقها لزيـارة هـذه البلـدان بعـد أن تضـع في تصرفهـا المعلومـات والأرقـام والتسـهيلات كافـة التـي مـن شـأنها أن تجعـل السـياحة شـأنًا عائليًـا ومجـالًا عربيًـا سـهل التحقيـق.

وتتنـوع برامـج المحطـة بـين مسـابقات سـياحية تقـام في مناطـق مختلفـة، وتغطيـة شـاملة للأحـداث السـياحية والمهرجانـات وأخبـار سـياحية متنوعـة وعـرض مشـاهد وصـور لهـا، وتعتمـد السياسـة الإعلانيـة للقنـاة عـلى الرعايـة الرسـمية، والتقاريـر الدعائيـة المدفوعـة، والسـبوتات الإعلانيـة.

- الأقـمار التـي تبـث عليهـا والتغطيـة الجغرافيـة[190]: انطلقـت إشـارة القنـاة على قمر العربسـات على تـردد ١٢٥٩٧ رأسي.

ي- قناة مصر السياحية «MTC»:

- بدايـة القنـاة: انطلقـت قنـاة مـصر السـياحية «MTC" ضمـن باقـة القنـوات المصريـة الخاصـة التـي بـدأت في ٣١ مايـو ٢٠٠١ بمناسـبة الاحتفـال بعيـد الإعلاميـين الثامـن عـشر، ونظـرًا إلى قلـة المـوارد الماليـة التـي واجهتهـا القنـاة وللصعوبـات الماديـة في ظـل مشـكلات سـوق الإعـلان بالمنطقـة والتـي كانـت تقـوم عليـه القنـاة كليًّـا، توقفـت القنـاة عـن البـث بعـد أشـهر مـن انطلاقهـا، وقـد عـادت للبـث مـرة أخـرى بـدءًا مـن إبريـل ٢٠٠٤[191].

- تبعيـة القنـاة: تعـود ملكيـة القنـاة إلى شركـة "مـصر سـات السـياحية"، التـي أسسـتها المخرجـة "فريـدة عرمـان" المـشرف العـام عـلى القنـاة، والمهنـدس "عـلي إسـماعيل" رئيـس مجلـس إدارة القنـاة[192].

- الأقـمار التـي تبـث عليهـا والتغطيـة الجغرافيـة: انطلقـت القنـاة عـلى القمـر المـصري "نايـل سـات" عـلى تـردد ١٢٠١٥ عمـودي[193].

- هـدف القنـاة: كانـت القنـاة تركـز عـلى الترويـج للسـياحة في «مـصر» مـع التركيـز عـلى البرامـج السـياحية والتنويهـات والأفـلام التسـجيلية الخاصـة بالحديـث عـن المعـالم السـياحية فيهـا والترويـج السـياحي للأماكـن المختلفـة بهـا.

وقـد واجهـت القنـاة فـترات مـن البـث والانقطـاع بسـبب عـدم الاسـتقرار المـادي لهـا؛ مـما أدى إلى انقطـاع البـث عنهـا وإعادتهـا مـرة أخـرى حيـث عـادت -بعـد التوقـف- إلى البـث وذلـك بعـد التجديـد في شـكل ومضمـون القنـاة وكانـت [194] القنـاة في البدايـة تعتمـد عـلى دعـم مـالي مـن وزارة السـياحة, ثـم توقـف دعـم وزارة السـياحة للقنـاة ماديًّـا وهـو مـا أكـده رئيـس القنـاة «إسـماعيل محمـد إسـماعيل» وتضمـن التجديـد تطويـر البرامـج التـي

كانت في القناة إلى جانب تقديم ١٥ برنامجًا جديدًا أبرزها Honey Mooners وهو أول برنامج من نوعه تذيعه القنوات الفضائية، حيث يحصل المشاهد على عروض مجانية لقضاء شهر العسل في أحد الفنادق بعد إجابته عن بعض الأسئلة، وهو ما أكد عليه «إسماعيل» أن المشاهد سيحصل من خلال البرنامج على المعلومة وفرصة قضاء رحلة أيضًا قد تكون في «مصر» أو أي من دول الخليج والشرق الأوسط وجنوب أفريقيا، والمضمون نفسه يقوم عليه برنامج Special Offers، وأيضًا برنامج «كنوز» حيث تقوم مقدمة البرنامج باكتشاف أحد الكنوز في الأماكن الأثرية «بمصر» منها المشغولات اليدوية وغيرها في خان الخليلي، وقصر محمد علي، والأهرامات، وأيضًا برنامج «كاميرا MTC» الذي يقدم تغطيات كاملة للمهرجانات الفنية والسياحية والمعارض والأعياد القومية للمحافظات والدول وغيرها من الأحداث السياحية، وبرنامج «MTC Magazine" الذي يعتمد على فكرة تنقل مقدمة البرنامج بين صفحات المجلة لعرض ما يستجد من موضوعات سياحية ومنوعة. وأيضًا برنامج «النشرة» الذي يتضمن أخبار السياحة والطيران والفنادق والبورصة والعملات والطقس.

فيما نشرت الصحف المصرية خبرًا يفيد بأن محكمة القضاء الإداري في ديسمبر عام ٢٠١٠ قد قضت بإلزام الهيئة العامة للاستثمار والمنطقة الحرة الإعلامية بإعادة بث قناة MTC المملوكة لشركة «مصر سات» والمتخصصة في الشئون السياحية؛ حيث أكدت المحكمة في حيثيات حكمها أنه لم يثبت وجود أية مخالفات تستدعي القرار الذي اتخذته الهيئة العامة للاستثمار والمنطقة الحرة الإعلامية بوقف بث تلك القناة وذلك بعد الدعوى القضائية التي أقامها صاحب القناة «إسماعيل محمد إسماعيل» طعنًا على قرار الهيئة العامة للاستثمار والمنطقة الحرة الإعلامية بوقف بث تلك القناة بدعوى مخالفتها لشروط وقواعد الترخيص[١٩٥], إلا أن القناة قد توقفت عن البث فلا تظهر حاليًا على قمر «النايل سات».

ومن القنوات السياحية العربية التي ظهرت قناتان أخريان إحداهما حملت اسم «قناة شبكة التلفزيون العربي ATV» وهذه القناة تهتم بكل الوطن العربي وعرض

الصور السياحية والمناطق الجذابة في كافة أنحاء الوطن العربي وتقدم صورًا لكل المعالم السياحية الأشهر في الوطن العربي مع دليل يوضح أماكن هذه المعالم.

وكانت القناة تقدم عددًا من التنويهات السياحية الخاصة بجميع الدول العربية الاثنين وعشرين وكانت تقدم القناة نفسها بأنها «شبكة الأسرة العربية»، انطلقت القناة على القمر العربي «عربسات»، وكانت تخطط للانطلاق أيضًا على القمر المصري «نايل سات».

بينما القناة الأخرى فهي «قناة القدس السياحية AOTV» وهي قناة متخصصة للسياحة على القمر المصري «نايل سات» وتسمى «فضائية القدس التربوي السياحية» وتتخصص في الترويج للسياحة في مدينة القدس والتعريف بالحضارة الفلسطينية وتاريخ هذا المكان العريق ومدى أهميته للأديان السماوية الثلاث وكنوع من ربط المشاهد العربي بتاريخ هذا المكان التاريخي والديني.

وقد عاد «تلفزيون القدس التربوي» للبث الفضائي المشترك مع «قناة فلسطين السياحية» وذلك بعد مصادرة القوات الإسرائيلية لأجهزة البث والإرسال الخاصة بالقناة(١٩٦).

نموذج للقنوات السياحية الأجنبية:

أ- قناة « Check Inn TV»:

- بداية القناة: ظهرت في يونيو ٢٠١٣(١٩٧).
- تبعية القناة: لدولة تركيا.
- الأقمار التي تبث عليها والتغطية الجغرافية: قمر النايل سات بتردد ١١٤٨٨ أفقي(١٩٨).
- هدف القناة: قناة سياحية متخصصة في تقديم المضمون السياحي تسمى «قناة Check Inn TV» وهي قناة تقدم برامج مدبلجة باللغة العربية وتتنوع البرامج

المقدمـة في مضمونهـا وهدفهـا مثـل برامـج: « أهـلًا وسـهلًا بكـم»، و»التصنيـف العالمـي»، و»دليـل Check Inn»، و»أعظـم فنـادق العـالم»، و»أماكـن»، و»عشـاق التسـوق»، و»اكتشـف العـالم». وشـعار القنـاة هـو «Check Inn TV».. اكتشـف مـا تحـب».

قنـاة «Check Inn TV» هـي قنـاة سـياحية عالميـة مبتكـرة ومخصصـة بشـكل أسـاسي لبرامج سـياحة رجـال الأعـمال، والاسـتجمام، ومعظـم البرامـج المقدمـة في القـناة سـوف تكون حصريـة في منطقة الشـرق الأوسـط ومنطقـة شـمال أفريقيـا. وتركـز القنـاة في الوقـت الحـالي عـلى أن تصـل للجمهـور في منطقـة الـشرق الأوسـط وخاصـة دول الخليـج العـربي (المملكـة العربيـة السـعودية، والإمـارات العربيـة المتحـدة، وقطـر، وعـمان، والبحريـن والكويـت)؛ حيـث إن منطقـة الـشرق الأوسـط هـي مـن أهـم المناطـق سريعـة النمـو في أعـداد السـائحين في العـالم حـيث تتمتـع المنطقـة بحـوالي سـبعة وثلاثـين مليـون مسـافر يسـافرون لمقاصـد سـياحية عالميـة وينفقـون حـوالي خمسـين بليـون دولار أمريـكي. والجمهـور المسـتهدف مـن القنـاة هـم الأسر العربيـة الغنيـة، والأزواج الشـباب، ومـن يخطـط لقضـاء شـهر العسـل، والشـباب حسـن التعليـم، والمسـافرون الدائمـون لغـرض العمـل والذيـن يبحثـون عـن «الـترف، والمغامـرة، والمقاصـد السـياحية الصحيـة، والمصايـف، والفنـادق، والأحـداث المهمـة، والكثـير مـن عوامـل الجـذب السـياحي الشـيقة والمثـيرة في كل أنحـاء العـالم». كـما تطمـح القنـاة في المسـتقبل أن تكـون قنـاة سـياحية عالميـة موجهـة باللغـة الإنجليزيـة وتبـث عـلى قمـر الهـوت بـيرد، وقمـر آسـيا سـات حتـى توسـع تغطيتهـا لتشـمل ملايـين الأسر الأوروبيـة والآسـيوية(١٩٩).

ومـن متابعـة مـا تقدمـه القنـاة لوحـظ تركيـز القنـاة واهتمامهـا بشـكل خاص بدولـة «تركيـا», حيث تقـدم برنامجًـا خاصًّـا عـن سـياحة التسـوق في تركيـا وهـو برنامج «عشـاق التسـوق», حيـث يركـز البرنامج عـلى عـرض أماكـن التسـوق في عـدد مـن الأماكـن حـول العـالم ومنهـا «تركيـا» بشـكل خـاص وتوضيـح أنها دولـة يمكـن أن تشـبع رغبـات التسـوق لـكل فرد سـواءً كان يبحـث عـن التسـوق في أماكن باهظـة الثمن أو أماكـن زهيـدة الثمـن وفي متنـاول اليـد ومن خـلال البرنامج الذي تقـوم فكرته على تجول المذيعة في أسـواق

«تركيا» المختلفة وإعطاء نبذة عما يتميز به كل سوق وفكرة عن الأسعار التي تباع بها مختلف المنتجات إلى جانب إعطاء معلومات سياحية عن المناطق والمدن التي تقع بها هذه الأسواق وكيفية الوصول إليها مع تشجيع المشاهدين بشكل دائم على السفر لهناك من خلال الصورة الجذابة التي تقدمها عن المناطق التركية وأيضًا مخاطبة عشاق التسوق من خلال التركيز على مدى جودة المنتجات المقدمة ومدى ملائمة الأسعار للجميع، كما تعرض القناة برنامج «صور ومصور» وهو برنامج يركز على السياحة الثقافية من خلال مقابلة أحد الفنانين المصورين الأتراك المشهورين والحديث عن أعماله، وفي إحدى حلقات البرنامج تم التركيز على تقديم صور تعرض لتاريخ «تركيا» وتحديدًا منطقة «السليمانية» وتقديم صورة لما يوجد في المنطقة من مساجد أثرية تاريخية وذلك من خلال حوار يجريه المذيع مع أحد المصورين الأتراك، ويلقي الضوء من خلال هذا الحوار على تاريخ المكان وعرض ما يوجد في «تركيا» من أماكن أثرية. وهو ما يلفت النظر إلى ما قد كتب عن هذه القناة من أنها قناة فضائية تركية تهدف إلى الترويج للسياحة في كل مناطق العالم وتحديدًا «تركيا» وتقدم برامجها باللغة العربية نظرًا إلى جمهورها المستهدف والمتمثل في منطقة الشرق الأوسط والخليج العربي, وهي ما تعد خطوة إعلامية سياحية جديدة وناجحة تقوم بها «تركيا», وتستهدف بها الوطن العربي بعد المسلسلات التركية المدبلجة.

ويلاحظ أن القناة تشبع جميع رغبات السفر وتقدم الدوافع المختلفة التي قد تدفع المسافر لاتخاذ قرار السفر إلى وجهة معينة؛ حيث تتنوع أشكال السياحة المقدمة من خلال البرامج والفقرات التي تقدم بها ما بين التركيز على سياحة التسوق «برنامج عشاق التسوق»، وسياحة المغامرة والاستكشاف «برنامج اكتشف العالم» وبرنامج «انطلق معنا»، وسياحة الترفيه والاسترخاء «برنامج رفاهية السفر», و»برنامج أعظم فنادق العالم» إلى جانب السياحة العلاجية والاستشفاء والاستجمام والسياحة الثقافية وغيرها من أنواع السياحة وهو ما تقدمه القناة في طيات البرامج المختلفة التي تعرضها، إلى جانب اهتمام القناة بعرض الومضات والفواصل السياحية

مـا بـين البرامـج المختلفـة مثـل الفاصـل الـذي قدمتـه عـن منطقـة «خليـج جونية-لبنـان»، وفاصـل آخـر عـن «سـوق واقـف- الدوحـة».

وتخصـص القنـاة برنامجًـا للحديـث عـن قـارة آسـيا تحديـدًا ومـا يوجـد فيهـا مـن دول ومناطـق سـياحية جذابـة مثـل «هونـج كونـج، والفلبـين، وسريلانـكا، وتايلانـد، وغيرهـا» وهـو برنامـج «دليـل Check Inn»، كـما تقـدم القنـاة عـلى الشاشـة خدمـات للسـائحين مـن خـلال تقديـم درجـات الحـرارة في معظـم عواصـم العـالم، وتعـرض القنـاة برامجهـا بشـكل جـذاب مـن خـلال مراعاتهـا لعنـاصر الصـورة ومفرداتهـا مـن حيـث التركيـز عـلى اسـتخدام المؤثـرات البصريـة، وحـركات الكامـيرا، وزوايـا التصويـر، وحجـم اللقطـات، واسـتخدام المونتـاج وباسـتخدام هـذه العنـاصر البصريـة مجتمعـة تقـدم القنـاة صـورة تلفزيونيـة جذابـة ومشـوقة جـدًّا تتـماشى مـع المضمـون المفيـد والمتنـوع والـثري الـذي تقدمـه بشـكل إعلامـي- سـياحي متخصـص يراعـي أهـداف الإعـلام السـياحي.

ب- قناة «Travel Channel":

- بداية القناة: بدأت في فبراير ١٩٨٧[٢٠٠].

- تبعيـة القنـاة: "Travel Channel" قنـاة أمريكيـة، وهـي مملوكـة لشركـة Scripps Networks Interactive (NYSE:SNI)[٢٠١].

- الأقـمار التـي تبـث عليهـا والتغطيـة الجغرافيـة: القنـاة تبـث فضائيًّـا وأيضًـا مـن خـلال الكابـل داخـل الولايـات المتحـدة الأمريكيـة[٢٠٢]، وحسـب إحصائيـة جامعـة نيلسـن Nielsen Universe Estimate في أغسـطس ٢٠٠٩ فقـد وصـل عـدد المشـتركين بالقنـاة عـبر الكابـل في الولايـات المتحـدة إلى ٩٥ مليـون مشـترك وتبـث قنـاة «Travel Channel" لحـوالي مائـة وثلاثـين دولـة عـبر قـارة أوروبـا، والـشرق الأوسـط، وقـارة أفريقيـا، وقـارة آسـيا، والمحيـط الهـادئ وذلـك عـلى مـدار أربـع وعشريـن سـاعة يوميًّـا وتبـث القنـاة بواحـد وعشريـن لغـة مختلفـة[٢٠٣].

- هـدف القنـاة: تبـث الأفـلام الوثائقيـة وبرامـج الواقـع المرتبطـة بالسـفر والترويـح سـواءً في داخـل الولايـات المتحـدة الأمريكيـة أو عـبر جميـع أنحـاء العـالم، كـما تشـمل البرامـج المقدمـة عـرض لسـياحة السـفاري في أفريقيـا، والتجـول في الفنـادق الكـبرى والمصايـف المختلفـة، وزيـارات للمـدن والبـلاد المهمـة حـول العـالم، والبرامـج التـي تتنـاول الحديـث عـن الغـذاء والطعـام في مختلـف أنحـاء العـالم، وأيضًـا البرامـج التـي تقـدم قصـص الأشـباح والأحـداث غـير الطبيعيـة التـي تحـدث في بنايـات وأماكـن بـارزة[٢٠٤].

ومن أبرز برامج القناة:

"Off Limits, Globe Trekker, Bert the Conqueror, World's Greatest Motorcycle Rides. ,Bizarre Foods America, and Destination Weddings".[205]

وتقـدم القنـاة متعـة السـفر الحقيقيـة مـن خـلال برامجهـا المقدمـة, وهـو مـا يتيـح للمشـاهد إمكانيـة الوصـول لجميـع المناطـق والأماكـن وتسـمح للمشـاهد أن يـرى عـالم السـفر مـن خلـف شاشـة التلفزيـون، وتتيـح لـه مقابلـة النـاس الذيـن يجعلـون هـذا المشـهد ممكنًـا بـدءًا مـن خفـر السـواحل عـلى الشـواطئ، مـرورًا بموظفـي الجـمارك وبهـذا فالمشـاهد يـرى أشـخاصًا حقيقيـين وقصصًـا واقعيـة. كـما تتيـح برامـج القنـاة التـي تقـدم «سـياحة الغـذاء» أن يتعـرف المشـاهد عـلى مذاقـات مختلفـة مـن العـالم، مـن خـلال رؤيـة بـلاد جديـدة، ووجـوه جديـدة، وأطعمـة جديـدة. إن القنـاة تقـدم للمشـاهد المزيـد مـن الطعـام الرائـع مـن جميـع أنحـاء العـالم وتقدمـه مـع الكثـير مـن المـذاق الجيـد. إلى جانـب اهتـمام القنـاة بجعـل المشـاهد يعيـش حيـاة الرفاهيـة والـترف في أكـثر المقاصـد السـياحية المرفهـة في العـالم وذلـك لقضـاء الإجـازات فيهـا، وأيضًـا تمكـن القنـاة المشـاهد مـن العيـش في نظـام حيـاة مـليء بالرفاهيـة والـترف مـن خـلال مـا يمكـن أن يمتلكـه مـن أكـثر بيـوت العـالم ترفًـا وثـراءً، أو الإقامـة في فنـادق فخمـة تدهـش المشـاهد وهـو مـا يتحقـق مـن خـلال حلـم السـفر إلى هـذه الأماكـن والتمتـع بهـذه الرفاهيـة المقدمـة[٢٠٦].

يظهر - مما سبق- عرض لتجارب من القنوات الفضائية العربية والأجنبية المتخصصة في مجال الإعلام السياحي والتي لا يزال بعض منها موجود حتى الآن، ومنها الذي توقف عن البث ولم يستمر إما لعدم كفاية المخصصات المالية وعدم وجود التمويل الكافي واللازم للقناة وبرامجها، وإما لرغبة القائمين على القناة للتطوير والظهور بشكل أفضل سواءً من ناحية الشكل أو المضمون.

***

الفصل السادس

رؤية خبراء السياحة والإعلام للمضمون السياحي التلفزيوني

دراسة تطبيقية على النموذج المصري

تمهيد:

يهدف الفصل الحالي التعرف على آراء خبراء السياحة والإعلام في بعض العناصر التي تشكل في مجملها الرؤية لتطوير الإعلام التلفزيوني لخدمة قطاع السياحة المصري، وفيما يلي عرض لهذه المقترحات والخاصة بخبراء السياحة والإعلام:

١- مقترحات خبراء السياحة:

يتضمن هذا الجزء مقترحات عامة قدمها الخبراء السياحيون كتوجيهات أو مقترحات لتطوير أداء التلفزيون بالشكل الأفضل لخدمة قطاع السياحة المصري، وأهدافه وتنوعت هذه العناصر للحديث عن تطوير المضمون المقدم به الجانب السياحي في التلفزيون المصري لتحقيق أهداف التنمية السياحية وفقًا لخطة التنمية السياحية المصرية، وأيضًا ما يتعلق بالدور المنوط به الإعلام التلفزيوني للتغلب على مشكلات وعقبات السياحة الحالية بشكل عام، كما تم التعرف على آراء الخبراء السياحيين فيما يتعلق بمدى جدوى إطلاق فضائية متخصصة في مجال السياحة سواءً كانت فضائية مصرية أو عربية.

أ- مقترحات تطوير المضمون السياحي المقدم بالقنوات التلفزيونية المصرية ليحقق أهداف التنمية السياحية وفقًا لخطة التنمية السياحية المصرية.

يشمل هذا العنصر عددًا من النقاط التي توضح كيف يمكن تطوير المضمون السياحي المقدم بالقنوات المصرية من حيث تطوير المضمون المقدم، وكيف يمكن النهوض به لجعله يخدم السياحة على المستويين الداخلي والخارجي، وكيف يمكن الاستفادة منه لتحفيز المستثمرين المحليين، والعرب على الاستثمار في مجال السياحة والأساليب والمداخل التي يعتمد عليها في هذا المجال.

وقد اختلفت آراء الخبراء السياحيين فيما يتعلق بالمقترحات لتطوير هذا المضمون السياحي المقدم إلا أن كثيرًا من الآراء اتفقت على ضرورة تحقيق عنصر الأمن

والأمـان بشـكل أسـاسي وذلـك لتشـجيع الإعـلام عـلى القيـام بـدوره في مجـال خدمـة السـياحة وخاصـة فيـما يتعلـق بتحفيـز المسـتثمرين العـرب والمحليـين عـلى الاسـتثمار في مجـال السـياحة؛ حيـث أجمـع الخـبراء أن هـذا الإقنـاع لـن يتحقـق مـا دامـت الدولـة لا توفـر عنـصر الأمـن والأمـان والاسـتقرار الـذي يشـعر المسـتثمر بالأمـان والهـدوء ولا يجعلـه يخـشى مـن اسـتثمار أموالـه في «مـصر» بـل ويجعلـه متأكـدًا مـن العائـد والمـردود الإيجـابي الـذي سـيعود عليـه مـن هـذه الخطـوة. وشـملت مقترحـات الخـبراء في هـذا العنـصر مـا يـلي:

- ضرورة التناقـش بـين مسـئولي السـياحة ومسـئولي الإعـلام للتوصـل إلى تعـاون بـين الطرفـين فيـما يخـدم قطـاع السـياحة ويحقـق الأهـداف المطلوبـة، حيـث إن الإعـلام يقـوم بـدوره بعمـل دعايـة إيجابيـة «لمـصر» ويسـاعده في ذلـك جميـع الجهـات المعنيـة، إلى جانـب ضرورة توفـر الوعـي السـياحي وتوصيلـه مـن خـلال التلفزيـون للجمهـور.

- أهميـة تركيـز الإعـلام السـياحي المقـدم عـلى السـياحة الداخليـة؛ لأنهـا مرتفعـة الثمـن مثـل «الغردقـة وشرم الشـيخ» فلابـد مـن التعـاون لتحفيـز المشـاهدين عـلى عمـل رحـلات سـياحة داخليـة مـن خـلال عمـل رحـلات زهيـدة الثمـن للشـباب والأطفـال للمناطـق السـياحية في بلادهـم وذلـك للقيـام بالـدور الاجتماعـي الـذي يجـب أن تضطلـع بـه جميـع الجهـات المعنيـة في «مـصر».

- التركيـز عـلى ضرورة الاهتـمام بعنـصر القائـم بالاتصـال في مجـال الإعـلام السـياحي بالتلفزيـون وضرورة أن يتوفـر لهـذا الإعلامـي الخـبرة في مجـال السـياحة، وأن يتعامـل مـع مستشـارين يفهمـون جيـدًا في المجـال، كـما لابـد مـن العمـل عـلى وجـود جيـل مـن المذيعـين المعنيـين بالإعـلام السـياحي ويجـب أن تتوفـر فيهـم خصائـص وسـمات معينـة مثـل: إتقـان اللغـات المختلفـة، وأن يكـون المذيـع عـلى علاقـة جيـدة بالسـفارات والقنصليـات في "مـصر" سـواءً كانـت عربيـة أو أجنبيـة، كـما يجـب أن يـرى المواقـع والأماكـن الأثريـة المصريـة بشـكل مختلـف، وأن يكـون مقنعًـا للمشـاهد بأدائـه وألا

يقحم السياحة في مجالات أو أمور أخرى مثل السياسة، أو الفن أو الرياضة كما عليه أن يكون متواصلًا بشكل جيد مع المشاهدين ومقنعًا بمظهره اللبق والمنظم.

- كما يجب أن يكون لدى الإعلام أرقام واضحة فيما يتعلق بمجال الاستثمار السياحي بمعنى أن يقدم دراسة علمية فنية متخصصة في استغلال المواقع الأثرية أو السياحية بناءً على دراسات الجدوى التي تتم من قبل الجهات السياحية المختلفة، كما يمكن أن يركز الإعلام على إظهار أن هناك دعمًا وتسهيلات في دفع الضرائب للمستثمرين وذلك لتحفيزهم على الاستثمار السياحي الأمثل.

- ضرورة أن تكون القنوات التلفزيونية على علم ودراية بكيفية عمل ترويج سياحي بشكل مؤثر وجاذب للانتباه، وهنا المشكلة قد تكمن في تكلفة إنتاج هذا المضمون إلا أن هناك شركات خاصة يمكنها تصميم هذه الرسالة الإعلامية وتقدم من خلال القناة الباثة فقط حيث قد لا يتوفر في القناة الكوادر من المعدين أو المنتجين ممن لديهم القدرة على تصميم الرسالة الإعلامية السياحية بالشكل الإبداعي المطلوب، كما اقترح في هذا المجال اللجوء إلى شركات أجنبية وليست مصرية؛ حيث إنها قد لا تكون على المستوى المأمول, ولابد في هذا السياق من التعرف على الدول التي نجحت في هذا المجال وقدمت تجارب إعلامية جيدة ضمن هذا المستوى مثل "تركيا، وماليزيا" وأيضًا دولة مثل "جامايكا" نفذت حملة إعلامية سياحية متميزة جدًّا وبالرغم من أنها دولة صغيرة إلا أنها دائمًا تحصل على المستوى الأول في مبادرات سياحية كثيرة في العالم, وأيضًا دولة مثل "الدومنيكا" فهما دولتان صغيرتان إلا أنهما لديهما تجارب جيدة جدًّا في هذا المجال.

- أهمية تركيز التلفزيون على أن هناك تسهيلات استثمارية تقدمها هيئة التنمية السياحية للمستثمرين وفي هذه الحالة فهناك ضرورة ماسة لعمل حملة قومية يمكن لوزارة السياحة أن تمولها مع الحاجة للتعاقد مع قناة معينة وفي توقيت معين يتم إطلاق هذه الحملة وأن يضمن أن هذه القناة لها نسبة مشاهدة عالية

وبالتـالي تظهـر هـذه التسـهيلات مـع تركيـز هـذه الحملـة عـلى أن «مـصر» أكـثر تسـهيلًا مـن أي دولـة أخـرى وخاصـةً في مجـال الاسـتثمار السـياحي إلا أن مـا يعـوق هـذا هـو عـدم الإعـلام عنهـا بالشـكل الـكافي.

- ضرورة أن يقـوم الإعـلام التلفزيـوني بتسـليط الضـوء عـلى المناطـق السـياحية المختلفـة الموجـودة في «مـصر» مـع عـدم التركيـز عـلى مناطـق محـددة ومعروفـة مـن قبـل مثـل «الأهرامـات»، و»الغردقـة»، و»الأقـصر» وإنمـا جـذب الانتبـاه لمناطـق جديـدة وغـير ملقـى عليهـا الضـوء بالشـكل الـكافي مثـل منطقـة «سـانت كاتريـن» ولابـد مـن تعريـف المشـاهدين بمـا يوجـد فيهـا واختيـار التوقيتـات المناسـبة لعـرض هـذا المضمـون.

- أهميـة أن يهتـم الإعـلام التلفزيـوني بتوجيـه برامـج سـياحية يقـدم مـن خلالهـا معانـاة مـن يعملـون في قطـاع السـياحة ويعـرض مشـكلاتهم ويحـاول حلهـا.

- ضرورة وجـود حـث للقنـوات الفضائيـة الخاصـة والقنـوات الحكوميـة لعمـل برامج سـياحية صباحية ومسـائية للدعايـة "لمـصر" سـياحيًّا تحـت أي مسـمى واسـتضافة خـبراء سـياحيين، وفندقيـين، وخـبراء في الآثـار وفي جميـع المجـالات المتخصصـة، ودعـوة القناصـل الأوروبيـة أيضًـا في البرامـج السـياحية ومعرفـة مـا انطباعاتهـم. مـع أهميـة وجـود برامـج أخـرى متخصصـة لحـث رجـال الأعـمال والمـال لتشـجيع الاسـتثمار في المجـال السـياحي.

- أهميـة تركيـز الإعـلام التلفزيـوني إلى جانـب السـياحة التقليديـة عـلى "سـياحة التميـز" وهـو مـا يمكـن أن يتمثـل في "السـياحة الريفيـة" التـي لم تتناولهـا الكثـير مـن المضامـين السـياحية المقدمـة وكمثـال عـلى ذلـك "قريـة سرس الليـان" فالسـائح الأجنبـي يريـد أن يـرى تجـارب جديـدة ولا يكتفـي بالجلـوس في الفنـدق وإنمـا يريـد أن يـرى الريـف ويـرى مظاهـر الحيـاة الريفيـة المختلفـة التـي لم يرهـا في حياتـه إلا أن هـذه السـياحة.

- اقـتراح بترويـج الإعـلام التلفزيـوني لأنـواع معينـة مـن السـياحة الحديثـة, مثـل "سـياحة الجولـف" ومخاطبـة الخـارج بهـا حيـث السـائح الأجنبـي يكـون لديـه شـغف بمثـل هـذا النـوع مـن الرياضـة.

- ضرورة تركيز الإعلام التلفزيوني على "التوعية السياحية" لكل طبقات المجتمع- وهي الأهم في دور الإعلام- من حيث كيفية التعامل مع السائح داخليًّا وخارجيًّا، وكيفية التعامل مع الآثار والحفاظ على نظافة البلد لأنها من أهم العوامل المؤثرة على السياحة.

- اقترح "مدير عام العلاقات الدولية والتخطيط الاستراتيجي بهيئة التنمية السياحية م/ عادل الجندي" ضرورة وجود ميثاق شرف إعلامي ينبثق منه ميثاق دعم قومي ولابد لكل القنوات الخاصة أن توقع ميثاقًا مع الحكومة بأنها تتبنى أي خطط ترويجية دعمًا للاقتصاد القومي خاصةً في المرحلة الراهنة وذلك حتى يتعافى الاقتصاد الوطني ويعود مرة أخرى للعمل وبالتالي يتمكن من عمل حملات إعلامية مدفوعة الأجر تبث أيضًا في هذه القنوات الخاصة حيث لابد من تقليل الدور الذي تهتم فيه القنوات الخاصة بعمل سبق صحفي أو إعلامي دون التفكير في التأثير أو المردود الاجتماعي لما تقدمه هذه القنوات. كما اقترح أن يقوم المسئولون عن قطاع الإعلام التلفزيوني بعمل قائمة بأسماء القنوات الفضائية توضح من خلالها مدى مساهمة هذه القنوات في دعم الدور الوطني المطلوب منهم للنهوض بالسياحة في هذا التوقيت على أن تعرض هذه القائمة بشكل مستمر في التلفزيون المصري حتى يتعرف المشاهد على القنوات التي تلتزم بالدور الاجتماعي المطلوب منها والقنوات الأخرى التي لم تلتزم بهذه المسئولية الاجتماعية.

ب- مقترحات لتعزيز دور الإعلام التلفزيوني المصري في التغلب على مشكلات وعقبات قطاع السياحة المصري ودوره في تذليل هذه العقبات.

- قدم بعض الخبراء السياحيين مقترحات لكيفية تعزيز دور الإعلام التلفزيوني المصري لمواجهة مشكلات وعقبات قطاع السياحة في الفترة الحالية واتجهت هذه الآراء إلى استخدام الإعلام بالشكل الاحترافي الصحيح من خلال استضافة خبراء متخصصين في مجال السياحة للحديث عن المشكلات والعقبات التي

يواجهها القطاع، كما يجب على القائمين على الإعلام التلفزيوني التواصل بشكل جيد مع الجمهور والتعرف على الآراء المختلفة وردود الفعل من خلال وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة.

- ضرورة تركيز التلفزيون على الإيجابيات الموجودة في "مصر"؛ حيث إن الإعلام حاليًّا يركز على الجوانب السيئة والسلبيات، وحتى إذا كانت الدولة تعاني بعض المشكلات فإنه توجد أيضًا أماكن أمنة والمواطنون يتعايشون بشكل طبيعي وليس فقط ظاهرة العنف هي السائدة بالشكل الذي يظهره الإعلام. وبالتالي فلابد من عرض ما يوجد في "مصر" من أمان واستقرار بالشكل الذي يشجع على التغلب على ما يمر به قطاع السياحة من عثرات ويساعد على النهوض بهذا المجال وانتعاشه.

- أهمية تطبيق المقترح الذي عرضه "د/ هشام زعزوع وزير السياحة المصري السابق» لمشروع بعنوان «مصر على الهواء مباشرة Live Egypt" الذي يركز على وضع كاميرات تصور مباشرة من الأماكن السياحية وتبث الوضع القائم على الهواء مباشرةً للعالم ككل، وبالتالي تكون خير دليل على ما يحدث في "مصر" مباشرة وهو ما يجعل السائح يتعرف على هذه الأماكن بنفسه ويقيم الوضع وفقاً لذلك.

ج- مدَى جدوى إطلاق قناة فضائية متخصصة في مجال السياحة والجهة المقترح أن تتبع لها وتكون مسئولة عنها.

اختلفت آراء الخبراء السياحيين حول مدى وجود أهمية أو جدوى لإطلاق قناة فضائية متخصصة في مجال السياحة سواءً كانت مصرية أو عربية الملكية, إذ اختلفت الآراء المؤيدة والمعارضة لهذا التوجه وفقًا لرؤية كل خبير في مدى الفائدة من إطلاقها، والمضمون المقترح تقديمه فيها والجهة التي يفضل أن تكون مسئولة عنها وتنوعت هذه الآراء كالتالي:

- فيما يتعلق بملكية هذه القناة والجهة التابعة لها:

- أوصى "عميد المعهد العالي للسياحة والفنادق واللغات بالعريش د/ سعيد مغاوري" بأهمية إنشاء قناة فضائية سياحية متخصصة؛ إذ أوضح أن هذا المشروع يوجد مثله في دول أوروبية واقترح أن تكون هذه الفضائية مخصصة للسياحة المصرية والعربية وأن تكون قناة مصرية تابعة للحكومة إلى جانب شراكة رجال الأعمال.

- فيما اقترح بعض الخبراء السياحيين أن تكون هذه القناة قناة عربية تشترك فيها جميع الدول العربية وتعرض للمآثر والمزارات السياحية الموجودة بالدول العربية ككل, وذلك نظرًا لأن كل دولة عربية بها ميزة سياحية لا توجد في الدول الأخرى وبالتالي فهذه المميزات تتكامل ولا تتنافس. وفيما يتعلق بالجهة المقترح أن تشرف على هذه القناة فكان الاقتراح بأن تتولى "جامعة الدول العربية" هذا الدور، فيما أكد رأي آخر من الخبراء على أهمية ألا تكون هذه القناة تابعة لجهة محددة وإنما تستعين بأشخاص متخصصين يفهمون جيدًا في مجال الإعلام السياحي ويتولون الإشراف عليها وأن يكون فيها أكاديميون متخصصون في الإعلام السياحي مع المتخصصين بالاستثمار لتحقيق التعاون الذي يمكن أن يحقق مكاسب ودعاية كبيرة.

- فيما يتعلق بالمضمون الذي يقترح أن يقدم فيها:

- عرض الإعلانات السياحية، والدعاية للفنادق المختلفة والمشروبات والأكلات والملابس المميزة للثقافة المصرية.
- كما لابد من التركيز على استضافة الخبراء وتقديم برامج سياحية متنوعة بها، إلى جانب الحرص على وجود عنصر التوازن بين المضامين المختلفة المقدمة بحيث لا تكون كلها إعلانات فقط.
- التركيز على السياحة الإسلامية والآثار وسماحة الدين الإسلامي لأن هذا ما يجمع الدول العربية معًا.

- عمـل مسـابقات تشـجيعية سـياحية لتوصـل المعلومـة بسـهولة لأنـه عنـد وجـود قنـاة محـددة ومتخصصـة في السـياحة, فسـوف يتعـرض لهـا المشـاهد في أي وقـت ولا ينتظـر عـرض برنامـج سـياحي محـدد في القنـوات العامـة التـي قـد لا يكـون لهـا موعـد محـدد أو ثابـت, أو قـد يكـون موعـده أيضًـا غـير مناسـب لهـذا المشـاهد بينـما هـذه القنـاة متخصصـة.

- أهميـة أن تدعـم هـذه القنـاة سـياحة المهرجانـات وتخاطـب المشـاهدين قبـل الأحـداث المهمـة, وبالتـالي فهـي تقـدم المـكان وكل مـا يرتبـط بـه مـن وسـائل النقـل والمواصـلات، وأن تقـدم هـذه المـواد بطريقـة مبهـرة وفي توقيتـات ملائمـة، كـما يفضـل أن تركـز القنـاة عـلى عـرض أشـكال برامجية تخاطـب المشـاهد العـصري حتـى تكـون لديـه المعلومـة كاملـة.

- فيـما أكـد عـلى أهميـة هـذه القنـاة ولكـن مـع توفـــر ضوابـط أو شروط معينـة فيهـا "م/ عـادل الجنـدي" مديـر عـام العلاقـات الدوليـة والتخطيـط الاسـتراتيجي بهيئـة التنميـة السـياحية الـذي أوضـح مـدى أهميـة هـذا المـشروع وجـداوه إلا أنـه وضـع لـه ضوابـط وشروطًـا وهـي ضـمان أن تكـون هـذه القنـاة مشـاهدة في الخـارج ولـدى الأسـواق السـياحية المسـتهدفة منهـا؛ إذ أوضـح أنـه ليـس كل قنـاة تشـاهد بالداخـل بالـضرورة أن تكـون مشـاهدة في العـالم كلـه, فالحاجـة هنـا تكـون إلى قنـاة لهـا نسـبة مشـاهدة دوليـة، مثـل قنـاة "National Geographic» فهـي قنـاة تحافـظ عـلى البيئـة, وتحظـى بنسـب مشـاهدة عاليـة حتـى مـن قبـل الأطفـال، والكبـار، ولهـا جمهـور كبـير مـن السـائحين بالـذات ممـن لديهـم اهتمامـات خاصـة، وأيضًـا العلميـين المتخصصـين وغيرهـم. وهـذه القنـاة تعـد نموذجًـا دوليًّـا يمكـن أن يتـم الاسـتعانة بـه حتـى كبديـل عـن إطـلاق قنـاة متخصصـة سـياحية وذلـك عـن طريـق شراء وقـت في مثـل هـذه القنـاة أو قنـوات أخـرى متخصصـة تحظـى بنسـبة مشـاهدة عاليـة عـلى مسـتوى العـالم، وهـو مـا يتـم التوصـل إليـه مـن خـلال عمـل مسـح شـامل للقنـوات التـي تتمتـع بأعـلى نسـبه مشـاهدة عـلى مسـتوى العـالم، ثـم عمـل مسـح شـامل للقنـوات الأكـثر مشـاهدة في الأسـواق السـياحية المسـتهدفة، والأسـواق التـي داخـل هـذه الـدول نفسـها.

- واقترح ألا تكون هذه القناة تابعة للحكومة وأوضح أن الوقت حاليًّا غير ملائم لإطلاق قناة فضائية سياحية مصرية ولكن يمكن أن يتم ذلك في المستقبل بعدما يتم عمل ما سبق مع القنوات الدولية ويتحقق الاهتمام من قبل العالم ككل «بمصر» ومنتجاتها السياحية؛ يمكن - في هذه الحالة – أن تظهر قناة متخصصة في الترويج السياحي كقناة إعلامية للسياحة فقط في «مصر» وذلك بعدما تجد هذه المضامين التي قدمت في القنوات الدولية صدى جيدًا، ويدرك الجمهور أن هناك معالم سياحية جاذبة في «مصر», كما أن المشاهدين سوف يلجئون إلى هذه القناة المصرية المتخصصة سياحيًّا هو ما يعد تسويقاً مباشراً، ففي البداية يتم التسويق في إطار منافسة كبيرة ولكن بعد أن يتم التعرف على السوق السياحية المصرية جيداً يتم إنشاء قناة مصرية متخصصة بذات مستوى الشكل والمضمون الاحترافي المطلوب.

- فيما اختلفت مع جميع الآراء السابقة «مديرة تنظيم المؤتمرات والمجموعات السياحية بفندق كونراد بالقاهرة أ/ مها عراقي» التي أوضحت أن هذه القناة لن يكون لها فائدة ولن تكون مشاهدة من الأساس.

٢- مقترحات خبراء الإعلام:

يتضمن هذا الجزء أهم المقترحات والتوصيات لتطوير المضمون السياحي المقدم بالقنوات المصرية من حيث مقترحات تطوير الشكل، والمضمون المقدم وتطوير عنصر التخطيط للمضامين السياحية المقدمة بهذه القنوات، إلى جانب المقترحات الخاصة بكيفية تطوير وتفعيل التعاون بين الجهات السياحية المختلفة وبين وسائل الإعلام المصرية ويشتمل هذا العنصر على عدد من العناصر الفرعية كالتالي:

أ- مقترحات تطوير كل من أسلوب التخطيط والتقييم للمضامين السياحية المقدمة بالقنوات المصرية.

قدم الخبراء الإعلاميون عددًا من المقترحات التي تخص كيفية تطوير أسلوب

التخطيط والتقييم للمضمون السياحي المقدم بالقنوات التلفزيونية وظهر اختلاف هذه المقترحات وتباين الآراء بشأنها بين الخبراء الإعلاميين وهو ما ظهر كالتالي:

- بالنسبة لتطوير أسلوب التخطيط:

- ضرورة أن يكون هناك تخطيط واضح للكيفية التي يخدم بها التلفزيون قطاع السياحة من حيث وجود خطط واضحة المعالم من وزارة السياحة وقطاع الإعلام بشكل مشترك ومن الجهات المسئولة عن هذا القطاع.

- ضرورة أن يتعاون مسئولو الخطة في مجالي السياحة والإعلام معًا؛ حيث لابد من وجود خطة من قبل وزارة السياحة فيما يخص دور الإعلام وأن تكون هذه الخطة معلنة وواضحة لوسائل الإعلام ككل، حيث إن خطط وزارة السياحة متفرعة ومتنوعة ولا يوجد لدى قطاع الإعلام أدنى علم بخطة وزارة السياحة فيما يخص الإعلام تحديدًا وبالتالي فوسائل الإعلام المصرية تعمل باجتهاد منها دون خطة واضحة وهو ما يؤدي إلى الخطأ. ويتمثل دور مسئول السياحة في ترجمة هذه الخطط إلى أهداف, ومسئول الإعلام عليه ترجمة تلك الأهداف إلى مضمون ومن دون ذلك لا يتم التطوير.

- كما لابد لتطوير التخطيط توفير الأدوات الحديثة وتوفير الأماكن وعدم المبالغة في الإجراءات الروتينية لعمل أي مضمون سياحي كما لابد من وجود اندماج بين وزارة السياحة، ووزارة الثقافة، والتلفزيون من خلال بروتوكلات تعاون بينهم وضرورة إلغاء الرسوم المفروضة على التصوير بالأماكن السياحية داخل «مصر».

- ضرورة الاعتماد على خبراء في السياحة يتبعون وزارة السياحة وكلية السياحة والفنادق, ويكونون ملمين بالثقافة ولديهم شغف واهتمام وحب لمجال السياحة مع الاعتماد على خبراء أجانب من الدول التي قدمت تجارب إعلامية سياحية ناجحة, مثل «تركيا، وفرنسا» لكي تتم دراسة هذه التجارب والتحقق من إمكانية تطبيق ما يناسب المجتمع المصري، والاستعانة بهذه الخبرات لوضع الخطط الخاصة بالمضمون السياحي المقدم بالقنوات المصرية.

- كـما أن المضامـين السـياحية والبرامـج السـياحية لابـد أن تعطـى الاهتـمام ذاتـه الـذي يعطـى لبرامـج التـوك شـو والبرامـج الرياضيـة وبرامـج الطهـي وهـو مـا يسـتلزم وضعـه في الاعتبـار عنـد التخطيـط للمضامـين السـياحية في أي قنـاة مصريـة.

- بالنسبة لتطوير أسلوب التقييم:

- يجـب عـلى وزارة السـياحة أو المؤسسـات المعنيـة بالعمـل السـياحي أن تخضـع وترصـد مـا تقدمـه وسـائل الإعـلام الرسـمية والخاصـة مـن برامـج سـياحية أو مـا ينـدرج تحـت مسـمى البرامـج السـياحية وإحاطـة المشـتغلين في التلفزيـون بنتائـج هـذه الدراسـات حتـى يتوخـى المشـتغلون فيهـا الخطـى الصحيحـة لإنتـاج أو تقديـم منتـج يخـدم السـياحة.

- ضرورة وجـود مـا يمـسى بالرصـد مـن قبـل المختصـين سـواءً الحاصلـين عـلى دورات في الإعـلام السـياحي أو خريجـي كليـات السـياحة والآثـار لـكي يقيـم مـن خـلال العـرض ويصـدر مقترحاتـه نتيجـة التقييـم، وتوجـه بشـكل مبـاشر للقائـم بالاتصـال في المجـال السـياحي وعليـه أن يعمـل عـلى تنفيذهـا في فـترة زمنيـة محـددة.

- أهميـة أن يكـون هنـاك تقييـم عـلى ثلاثـة مراحـل لمـا يقـدم مـن مضامـين سـياحية وهـذه المراحـل هـي ذات المراحـل الخاصـة بتقييـم الحمـلات الإعلاميـة والتـي تتمثـل في التقييـم المبـدئي - قبـل بـدء الحملـة الإعلاميـة السـياحية- للتعـرف عـلى مـدى مناسـبة الرسـالة والوسـائل المسـتخدمة فيهـا حسـب الخصائـص الديموجرافيـة للجمهـور الـذي يتوجـه لـه هـذه الحملـة، والتقييـم أيضًـا في أثنـاء الحملـة الـذي يعتمـد عـلى وجـود فـترة توقـف لمعرفـة نسـبة الإقبـال عـلى الحملـة ومـدى نجاحهـا, ويعـد هـذا التوقـف بمثابـة تقييـم مرحـلي للتعـرف عـلى مـدى وجـود أخطـاء فيـما يقـدم مـن الحملـة، ويـلي ذلـك التقييـم النهـائي للعمـل نفسـه بعـد أن يتـم تقديمـه للجمهـور. وبالتـالي ضرورة الالتـزام بهـذه الخطـوات والمراحـل لتقييـم مـا يقـدم مـن المضامـين السـياحية.

- العمل على وجود لجان تتكون من وزارة السياحة، ووزارة الثقافة، والمسئولين عن التلفزيون لتتولى عمليات التقييم للمضامين السياحية وأن يكون هذا التقييم من خلال أفراد واعين ومثقفين.

- ضرورة وجود مكافآت مادية ومعنوية كأن يتم عمل مسابقة بين البرامج السياحية على القنوات الفضائية المصرية المختلفة لمعرفة أفضل برنامج سياحي يقدم ويتم الإعلان عنه وتقديم مكأفاة للقائمين عليه وذلك لتشجيع التنافس بين القنوات المختلفة في تقديم المضامين السياحية المتميزة والجيدة.

- كما تم التأكيد على ضرورة تطبيق مبدأ الثواب والعقاب حتى يتم تقييم كل عمل ووضعه في إطاره الصحيح وحتى يمكن تقويم المضمون غير الجيد والإبقاء على المضمون الجيد والملائم.

ب- مقترحات تطوير الأشكال والمضامين السياحية المقدمة بالقنوات التلفزيونية المصرية:

تنوعت آراء الخبراء الإعلاميين فيما يتعلق بتطوير الشكل والمضمون الذي تعرض به المضامين السياحية المختلفة, وأكد الخبراء على ضرورة التطوير في كل من الشكل والمضمون؛ حيث إنهما العنصران الأهم لجذب الجمهور لمتابعة أي مضمون سياحي يقدم, وأجمع الخبراء على أهمية توفير عنصر التدريب للإعلاميين المشتغلين بمجال الإعلام السياحي على كيفية التعامل مع القطاع السياحي والمشتغلين فيه سواءً وزارة السياحة أو هيئة تنشيط السياحة وغيرها من قطاعات السياحة المختلفة وهو ما يؤهل بالتالي لتطوير الشكل والمضمون المقدم. وظهرت آراء الخبراء كما يلي:

- بالنسبة لتطوير الشكل:

- ضرورة انتقاء أوقات عرض المضامين السياحية حتى لا تكون في ساعات السهرة المتأخرة التي لا يراها المشاهدون ولا تكون في ساعات الصباح الأولى حيث الانشغال بالعمل.

- أهميـة عنـصر التجديـد في الآليـات المسـتخدمة باسـتمرار حتـى يكـون هنـاك جاذبيـة للمضمـون المقـدم؛ إذ يمكـن عنـد تقديـم مـكان مـا الاسـتعانة بزوايـا مختلفـة في التصويـر، والاسـتعانة بالتكنولوجيـا الحديثـة واسـتخدام مواقـع التواصـل الاجتماعـي والمواقـع التـي يرتادهـا الشـباب باسـتمرار لتقديـم المضمـون السـياحي الهـادف مـن خلالهـا وحسـن اسـتغلال وسـائل الإعـلام إلى جانـب وسـائل الاتصـال الإلكـتروني؛ حيـث إنـه يتمتـع بالتفاعليـة ويمكـن اسـتخدامه في التعـرف عـلى آراء الشـباب فيـما يشـاهدونه مـن مضامـين ومـا يجذبهـم أكـثر لهـذه المضامـين.

- كـما أن تطويـر الشـكل يحتـاج إلى تنويـع في القوالـب «Forms» التـي يقـدم بهـا العمـل السـياحي إلى جانـب الحاجـة إلى تدريـب القائمـين بالعمـل السـياحي عـلى إنتـاج هـذه الأشـكال الجديـدة.. ويمكـن في هـذا المجـال الاعتـماد عـلى مؤسسـات دوليـة مانحـة يمكـن أن تقـدم دعـمًا ماليًّـا لهـذه النوعيـة مـن البرامـج. ويمكـن اقتبـاس قوالـب الأشـكال البرامجيـة العالميـة التـي حصلـت عـلى شـهرة في مجـال السـياحة وإنتـاج النسـخة المصريـة منهـا, وهـذا يتطلـب إنتاجًـا كبـيرًا, فيجـب إنتـاج «البرنامـج النمـوذج» والـذي يقـدم معلومـة سـليمة وصـورة سـليمة وعنـد وجـود هـذا البرنامـج يمكـن أن يترجـم إلى خطـة تطبـق عـلى العديـد مـن البرامـج.

- ضرورة الاهتـمام بالرسـالة السـياحية المبـاشرة وغـير المبـاشرة وتتمثـل الرسـالة غـير المبـاشرة في تغطيـة الأحـداث الكبـيرة كأوبـرا عايـدة سـواءً في الأقـصر أو عنـد الهـرم مثـلًا، فيـما تتمثـل الرسـالة المبـاشرة في طـرح القضايـا السـياحية سـواءً مـن زاويـة اقتصاديـة أو مـن زاويـة اجتماعيـة.

- كـما لابـد مـن التخـلي عـن التعقيـدات والروتـين الـذي تتطلبـه الأماكـن السـياحية للتصويـر فيهـا ولابـد مـن مسـاعدة الإعـلام بـكل وسـائله عندمـا يريـد أن يلقـي الضـوء عـلى أي مـكان سـياحي في «مـصر».

- بالنسبة لتطوير المضمون:

- الاعتماد على معدين متميزين؛ حيث إن إعداد البرنامج مهم جدًّا ليكون شكلًا كاملًا يخاطب العقل والوجدان حتى يستحث المتلقين على تطبيق ما قدم لهم من أفكار معينة وهو ما يهدف إليه التسويق الاجتماعي. وبالتالي تبرز أهمية التأكيد على فكرة الإعداد الجيد والثقافة الواسعة التي ينبغي أن تتوفر في المعد إلى جانب ضرورة الإلمام بالتاريخ المصري والمزايا الموجودة في "مصر".

- ضرورة تركيز المضمون السياحي المقدم على أماكن الجذب وعلى العناصر التنافسية التي تتمتع بها «مصر» سياحيًّا والتي تميزها عن غيرها من الدول الأخرى.

- أهمية تغيير النظرة لفكرة البرنامج السياحي على أنه مجرد مكان سياحي وفيه يتم استضافة سائحين أجانب أو عرب أو مصريين, وإنما لابد من الاهتمام بالتفاصيل التي قد تجذب بعض السائحين فقد يكون سبب انجذاب السائح لفندق أو مكان ما هو طريقة طهي الطعام في هذا الفندق، أو يجذبه برامج الترفيه المقدمة في الفندق ذاته، أو موظفو العلاقات العامة هناك وطريقة مقابلتهم ولهذا لابد البرنامج السياحي أن يركز على التفاصيل التي تهم السائح وتجذبه لزيارة هذا المكان. وبالتالي لابد للمضمون السياحي أن يتعامل على ما يريده السوق السياحي والذي يتمثل في السائح ذاته ونوعيته وجنسيته هل عربي أم أجنبي أم مصري وحسب السوق السياحي الذي ينتمي له هذا السائح.

- التركيز من خلال المضمون السياحي على تقديم جميع أنواع السياحة بكل تفريعاتها كالسياحة العلاجية؛ حيث إن مكانًا مثل «أسوان» يعد مكانًا للاستشفاء وكذلك «سفاجا» وهو ما كان يركز عليه الضوء قبل سنة ٢٠٠٠ فكان الإعلام يسلط الضوء على الأماكن التي يوجد فيها سياحة علاجية، والأخرى التي بها سياحة شاطئية، وأماكن السفاري, وبهذا كان يتم تسليط الضوء على كل عناصر

السياحة، بينما الآن غابت الرؤية وقلَّ التركيز على هذه الأنواع والمضامين وخاصة في التلفزيون المصري بعدما فقد دوره وريادته بسبب القطاع الخاص وافتقاده للتجديد والتطوير.

ج- مقترحات تفعيل التعاون بين الجهات المسئولة عن السياحة في "مصر" وبين القائمين على الإعلام التلفزيوني فيها.

تنوعت آراء الخبراء الإعلاميين فيما يتعلق بمقترحاتهم لتطوير التعاون بين المسئولين عن السياحة والإعلام السياحي التلفزيوني وأكد الخبراء على ضرورة تطوير وتفعيل التعاون بين الجهتين "السياحة والإعلام" وذلك حتى يتسنى الحصول على الخبرات المختلفة من الطرفين وتفعيلها لخدمة أهداف القطاع السياحي بالدولة، كما تم التأكيد على ضرورة مراعاة القطاع السياحي للإعلام؛ حيث إنه الصوت الذي يمكن من خلاله التعبير عن قطاع السياحة ومشكلاته وطموحاته. وبالتالي لابد أن يراعي ذلك في تعاونه معه ويتفاعل معه بشكل أكثر فعالية.

وتنوعت هذه الآراء كما يلي:

- لابد من الاهتمام المشترك بين الطرفين من خلال التأكيد على أن التلفزيون له دور حيوي، ومحاولة تنشيط القنوات المفتوحة بين التلفزيون وبين القنوات السياحية أو المؤسسات التي تعمل في مجال السياحة.

- ضرورة توافر الرغبة من الطرفين لتفعيل التعاون والتنسيق بينهما؛ فقد عانت الأجهزة السياحية الرسمية من الركود والتراجع الخطير للسياحة في السنوات الثلاثة الأخيرة, وفي الوقت ذاته انشغلت الأجهزة الإعلامية بالسياسة وحالة الفوضى والعنف, وبالتالي لابد من الهدوء والنظر إلى مصلحة "مصر"، إلى جانب محاولة عمل بروتوكول بين هذين الطرفين بحيث لا تكون الأجهزة السياحية الرسمية مكلفة بتحمل نفقات الحملات الإعلامية السياحية التي تقدم بالتلفزيون, حيث لا تتوفر لديهم الإمكانيات لمثل هذه الحملات. وبالتالي لابد للقائمين على

التلفزيـون أن يتغاضـوا عـن التكلفـة العاليـة لعـرض الحمـلات السـياحية, وبهـذا يكـون هنـاك تفهـم مـن المسـئولين والقائمـين بالاتصـال لـدى الجهتـين مـع التركيـز عـلى تغطيـة التلفزيـون للأحـداث السـياحية والفعاليـات, مثـل تغطيـة الزيـارات التـي يقـوم بهـا وزيـر السـياحة السـابق «د/ هشـام زعـزوع» لتنشـيط السـياحة إلى «مـصر».

- تشـكيل لجنـة في وزارة السـياحة تسـمى لجنـة الإعـلام السـياحي وتكـون لديهـا الخطـة الكاملـة لـوزارة السـياحة مـن حيـث الأماكـن المطلـوب تنشـطيها، وتسـهيلات الانتقـالات، وتسـهيلات الوصول إلى الخـبراء للحديـث مـع الجمهـور، ومعرفـة الأماكـن السـياحية الجاذبـة والأخـرى التـي تحتـاج إلى سـائحين. ولجنـة مثلهـا في قطـاع الإعـلام تشـمل معـدًّا أو باحثًـا ذا خـبرة سـياحية, ومخرجًـا متمكنًـا مـن الشـكل الفنـي المقـدم ومذيعًـا، وتكـون مسـئولية هـذه اللجنـة ترجمـة مـا تقدمـت بـه لجنـة وزارة السـياحة ويكـون لديهـم صلاحيـات اختيـار الشـكل البرامجـي ومخاطبـة جميـع القطاعـات والاتصـال بالكامـيرات واختيـار أوقـات البـث المناسـبة حسـب الجمهـور المسـتهدف, ولابـد مـن الاجتـماع بشـكل دوري لبحـث سـبل النجـاح والوقـوف عـلى المعوقـات والمشـكلات ومحاولـة حلهـا.

- ضرورة عمــل اجتماعــات دوريــة بــين المســئولين في الجهتــين، وأن تعمــل كل جهــة عــلى توفــير الإمكانيـات المتاحـة لديهـا، بمعنـى أن يوفـر قطـاع السـياحة الأماكـن السـياحية الملائمـة للتصويـر فيهـا وذلـك بتوفـير التصاريـح المطلوبـة، ويمكـن أن تسـاعدها في ذلـك أيضًـا وزارة الثقافـة وفي المقابـل يمكـن الاسـتقادة مـن خـبرة العاملـين بالتلفزيـون لترجمـة هـذا إلى أفـلام تسـجيلية، أو برامـج سـياحية، أو برامـج ثقافيـة.

- أهميـة أن يكـون هنـاك شـفافية في إعطـاء المعلومـات للمصـادر الإعلاميـة مـن قبـل الجهـات السـياحية, عـلى أن تتحـلى المصـادر الإعلاميـة بالحياديـة عنـد عـرض هـذه المعلومـات.

د- مدى جدوى تخصيص قناة فضائية متخصصة في مجال السياحة.

تنوعت آراء الخبراء الإعلاميين فيما يتعلق بمقترحاتهم لتخصيص قناة فضائية متخصصة في مجال السياحة، واختلاف توجهاتهم بين مدى جدوى وجود مثل هذه القناة من عدمه، وتنوعت الآراء المؤيدة لإطلاق هذه القناة في تحديد ماهية المضمون الذي يفضل تقديمه فيها، والشكل المقترح لذلك والجهة التي يقترح أن تتبع لها وتشرف على إدارتها وتمويلها، وتنوعت الآراء كالتالي:

أوضح بعض الخبراء الإعلاميين أنهم يؤيدون فكرة إطلاق قناة سياحية متخصصة بينما اختلفت آراؤهم فيما يخص تبعية هذه القناة وهويتها والمضمون المقترح تقديمه فيها وهو ما يظهر من خلال الجزء التالي:

- بالنسبة لملكية القناة والجهة التابعة لها:

- اقترح رأي من الخبراء الإعلاميين أن تكون هذه القناة مصرية وتتبع للجهات الخاصة المهتمة بالسياحة؛ حيث يمكن دعم القطاع الخاص لهذه النوعية من البرامج مثلما يقدم في قناة Travel Channel الأجنبية حيث يوجد بها نسبة كبيرة من الإعلانات والتي تتبناها الشركات المهتمة بالقطاع السياحي أو المهتمة بالأدوات الرياضية. وكل هذا يمكن أن يدعم مثل هذه القنوات ويجعل لها نسبة كبيرة من النجاح والمشاهدة.

- كما تم توضيح المبرر بألا تكون هذه القناة حكومية وذلك بسبب أن غالبية المشروعات الحكومية ترتبط بالروتين والمعوقات الإدارية وهو ما قد يؤدي إلى فشل مثل هذه القنوات. ومن حيث تبعية القناة «لمصر» فقط أوضح الخبراء أن مثل هذه النوعية من القنوات هي ما تحتاج إليه «مصر» بالفعل، وخاصة أنها تمتلك القدر الكافي من المهارات والمؤهلات البشرية، والمقومات السياحية التي تمكنها من إطلاق قناة سياحية بشكل منفرد.

- فيـما أوضـح المخـرج «أ/ خالـد الإتـربي» أن هنـاك حاجـة إلى وجـود قنـاة مصريـة متخصصـة في مجـال السـياحة لتغطـي مـا لـدى «مـصر» مـن مقومـات سـياحية مـن آثـار وأماكـن ومؤتمـرات إلا أن هـذا يسـتلزم في البدايـة وجـود تعـاون بـين وزارة السـياحة، والتلفزيـون، وشركات السـياحة. كـما لابـد مـن البعـد عـن الروتـين الحكومـي الـذي يوقـف أي تعـاون بـين الجهـات السـياحية والتلفزيـون, وبالتـالي تفقـد القنـاة جـزءًا كبـيرًا مـن الدعـم المقـدم لهـا بسـبب هـذه المعامـلات الروتينيـة, حيـث يجـب النظـر إلى هـذه الجهـات السـياحية الداعمـة عـلى اعتبـار أنهـا تقـوم بخدمـة وطنيـة وتقـدم دعـمًا للاقتصـاد المـصري كلـه، كـما أن الروتـين يتمثـل في عـدد التصاريـح والموافقـات التـي يسـتلزم الحصـول عليهـا عنـد تصويـر أو إظهـار أي مـكان سـياحي. وعـلى الرغـم مـن أن «مـصر» بهـا العديـد مـن المقومـات السـياحية فـإن منظومـة الإدارة فيهـا تحُـول دون الدعايـة والإعـلام عنهـا بالشـكل الجيـد الـذي يمكـن مـن خلالـه تسـويق هـذه الأماكـن السـياحية بالرغـم مـن وجـود دول ومـدن أخـرى غـير سـياحية إلا إنهـا اسـتطاعت أن تدعـم نفسـها وتـروج لنفسـها سـياحيًّا بشـكل جيـد, مثـل «إمـارة دبي، أو دولـة الكويـت» ومـا بهـما مـن مهرجانـات تـم إظهارهـا إعلاميًّـا بشـكل جيـد, مثـل: «مهرجـان السـياحة والتسـوق، وهـلا فبرايـر». وهنـا يكمـن العيـب في منظومـة الإدارة ذاتهـا والموظفـين في قطـاع السـياحة وهـو مـا يتطلـب النظـر إلى القائمـين عـلى الإعـلام السـياحي بشـكل أنهـم يدعمـون السـياحة وبالتـالي لابـد مـن وجـود فكـر متفتـح ورغبـة وحـب لخدمـة وطنهـم.

- فيـما اقـترح "مديـر البرامـج الحواريـة بقنـاة الحيـاة الخاصـة أ/ أحمـد عبـد التـواب" أن تكـون هـذه القنـاة تابعـة "لمـصر" ولكـن بـإشراف مشـترك مـن الحكومـة والقطـاع الخـاص, حيـث أوضـح أن هـذه القنـاة إذا كانـت خاضعـة لـلإشراف الحكومـي فلـن تكـون هنـاك فرصـة مناسـبة لإطلاقهـا، فيـما إذا كانـت تتبـع لجهـات خاصـة ففـي هـذه الحالـة تـبرز مشـكلة التكلفـة العاليـة لإيجـاد مثـل هـذه القنـاة وخاصـة أن العائـد منهـا يعـد غـير مبـاشر وغـير ملمـوس ويظهـر بعـد فـترة، وبالتـالي اقـترح أن تقـوم وزارة

السـياحة، وهيئـة تنشـيط السـياحة بتكليـف مجموعـة مـن كبـار رجـال الأعـمال ليتولـوا تمويـل القنـاة فقـط عـلى أن تتـولى هـذه الجهـات السـياحية المتخصصـة إدارة الموضـوع مـع مؤسسـة إعلاميـة, وألا تتنظـر العوائـد بشـكل سريـع.

- إلى جانـب التأكيـد عـلى ضرورة عـدم تحميـل واقـع السـياحة وتطورهـا عـلى هـذه القنـاة وآثارهـا, حيـث إن أثـر هـذه القنـاة يظهـر بشـكل طويـل الأمـد والأهـم هـو التأكـد مـن أن هـذه القنـاة لهـا نسـبة مشـاهدة عاليـة مـن قبـل الجمهـور المسـتهدف منهـا, وبالتـالي فالقنـاة تقـدم منتجًـا إعلاميًّـا يتـم قياسـه باعتبـاره إعلامًـا أيضـاً وليـس باعتبـاره مشروعًـا ربحيًّـا, وبهـذا يمكـن الحكـم عـلى القنـاة هـل أدت وظيفتهـا أم لا وبالتـالي فإطـلاق هـذه القنـاة يحتـاج إلى جهـد كبـير، وترويـج جيـد حتـى تصـل للجمهـور المسـتهدف منهـا، وبهـذا تكمـن الحاجـة إلى كفـاءات وصـدق في العمـل وجهـد ووقـت طويـل لضـمان نجاحهـا في الهـدف المطلـوب منهـا.

- وأوضـح مستشـار رئيـس اتحـاد الإذاعـة والتلفزيـون "أ/ عـلي عبـد الرحمـن" أنـه بالفعـل هنـاك تخطيـط لإطـلاق قنـاة سـياحية متخصصـة تابعـة "لمـصر" وانتهـى تخطيـط الهيـكل الإداري والفنـي والمـالي لهـا ويتوقـف عـلى إطلاقهـا فقـط.

- كـما اقـترح بعـض الخـبراء الإعلاميـين أن تكـون هـذه القنـاة ذات هويـة عربيـة وتخضـع لـلإشراف الحكومـي وبـرر الخـبراء ذلـك بـأن اتحـاد الإذاعـات العربيـة المنبثـق عـن جامعـة الـدول العربيـة يملـك أكـثر مـن ٧٥٠ قنـاة, ولكـن لا يوجـد بهـا أي قنـاة متخصصـة للسـياحة، وبالتـالي فهنـاك حاجـة لوجـود قنـاة متخصصـة سـياحيًّا، وكـدول عربيـة لابـد أن تكـون هنـاك قنـاة سـياحة ولابـد أن يتوفـر بهـا باحثـون وكـوادر مـن جميـع الـدول, ورئاسـتها تكـون دوريـة بـين الـدول العربيـة. ومـا يشـجع عـلى مثـل هـذا المـشروع أن هنـاك العديـد مـن الجهـات الداعمـة لـه في الوطـن العـربي، بالإضافـة إلى أن هـذا المـشروع مـن شـأنه أن يشـجع عـلى التبـادل المشـترك والتعـاون بـين الـدول العربيـة ويسـاعد عـلى تحقيـق الوحـدة العربيـة بـين هـذه الـدول وبعضهـا خاصـة أن كل دولـة يمكـن أن تشـترك بمـا لديهـا مـن مـواد ومضامـين سـياحية.

- واقـترح الخـبراء – في هـذا الصـدد- أن تتبـع هـذه القنـاة لجامعـة الـدول العربيـة وتحديـدًا المنظمـة العربيـة للسـياحة؛ حيـث إنهـا تابعـة للـدول العربيـة ككل ولا تنفـرد بهـا دولـة واحـدة فقـط, وهـو مـا يجعـل المشـاهد لا يمـل مـن المضمـون المقـدم بهـا، ويفضـل أن يـشرف عليهـا متخصصـون في منظومـة السـياحة, وألا تكـون قنـاه ربحيـة. مـع التأكيـد عـلى ضرورة وجـود تمويـل وأن يكـون مسـتمرًّا عـلى شـكل إعلانـات.

- بالنسبة للمضمون المقترح تقديمه بها:

- أن يكـون فيهـا تنـوع برامجـي كبـير كتقديـم الأفـلام والأغـاني والمسلسـلات والبرامـج السـياحية؛ حيـث إن الـتراث السـياحي تـراث غنـي جـدًّا, ويمكـن الاسـتفادة منـه، كـما يفضـل أن يقـدم بهـا كل أنـواع السـياحة الموجـودة بالـدول العربيـة. بالإضافـة إلى عـرض الأحـداث السـياحية المختلفـة كالمناسـبات والمهرجانـات.

- فيـما اختلفـت مـع الآراء السـابقة «د/ فـؤادة البكـري» التـي رأت أنـه لا جـدوى مـن إطـلاق مثـل هـذه القنـاة, حيـث إن هـذه القنـاة – مـن وجهـة نظرهـا- لـن تجـذب سـوى المتخصصـين فقـط, ولـن تجـذب المشـاهد العـادي وإنمـا المشـتغلون فقـط في هـذا المجـال هـم مـن يهتمـون بهـذا المضمـون ووجهـت المثـل لذلـك بقنـاة «مـصر السـياحية MTC" والتـي أغلقـت ولم تسـتمر لأن نسـبة مشـاهدتها كانـت قليلـة وضعيفـة؛ حيـث إنهـا لم تنجـح في الدعايـة أو تسـليط الضـوء عليهـا.

- كـما أوضحـت أن هـذه القنـاة سـوف تكلـف وتحتـاج إلى أمـوال طائلـة دون تحقيـق الهـدف المـراد؛ حيـث إنهـا لـن تجـذب الجمهـور المسـتهدف ولـن تحقـق نسـبة المشـاهدة المطلوبـة, وأنـه مـن الأفضـل التوجيـه لعمـل برامـج وحمـلات وتواصـل عـبر وسـائل الاتصـال الجماهـيري المبـاشر أو الإلكـتروني ليكـون أكـثر فائـدة.

أوجه الاتفاق والاختلاف بين رؤية خبراء السياحة والإعلام فيما يتعلق بدور التلفزيون في التنمية السياحية.

يتنـاول هـذا العنـصر التعـرف عـلى الجوانـب التـي اتفـق أو اختلـف عليهـا الخـبراء في كل مـن مجـالي السـياحة والإعـلام, وذلـك فيـما يخـص العنـاصر التـي تناولـت دور التلفزيـون لخدمـة التنميـة السـياحية. وظهـر مـن خـلال هـذا العنـصر تنـوع واختـلاف آراء الخـبراء السـياحيين والإعلاميـين فيـما يتعلـق برؤيتهـم وآرائهـم تجـاه المحـاور المختلفـة التـي يتـم طرحهـا وتناولهـا، وبوجـه عـام فقـد اتفقـت بعـض الآراء مـن الجانـب الإعلامـي والسـياحي، بينـما اختلفـت في غيرهـا مـن المحـاور وهـو مـا يرجـع إلى طبيعـة رؤيـة وتوجـه كل مـن الفريقـين، إلى جانـب الجهـة التـي ينتمـي لهـا كل خبـير سـواءً في مجـال الإعـلام أو السـياحة.

ويتنـاول الجـزء التـالي عرضًـا بشـكل عـام لأوجـه الاتفـاق والاختـلاف بـين آراء الخـبراء الإعلاميـين والسـياحيين حـول بعـض المحـاور المشـتركة التـي تـم طرحهـا عـلى الجانبـين وهـو مـا ظهـر كالتـالي:

١- حول الدور المطلوب من التلفزيون المصري القيام به لخدمة أهداف السياحة.

- اتفـق خـبراء السـياحة في هـذا المحـور عـلى عـدد مـن النقـاط أهمهـا مطالبـة التلفزيـون بعـدم التركيـز عـلى موضـوع الإرهـاب في "مـصر" بشـكل مبالـغ فيـه، مـع ضرورة الاهتـمام بعـرض وتقديـم الجوانـب الإيجابيـة والجيـدة في الدولـة بشـكل عـام، مـع التحـلي بالمصداقيـة والثقـة فيـما يقـدم من أحـداث سـياحية بوسـائل الإعـلام المختلفـة وخاصـة التلفزيـون.
- فيـما اتفـق خـبراء الإعـلام عـلى ضرورة الترفـع عـن الصراعـات الحزبيـة والسياسـية في وسـائل الإعـلام المختلفـة مـع التركيـز عـلى مصلحـة "مـصر" وترويجهـا سـياحيًا، إلى جانـب زيـادة الـدور الـذي تقـوم بـه الفضائيـات المصريـة لخدمـة قطـاع السـياحة وأهدافهـا مـع التركيـز عـلى ضرورة الاهتـمام بالسـياحة الثقافيـة وترويجهـا بالشـكل المناسـب مـع تركيـز الانتبـاه للسـياحة الداخليـة إلى جانـب الخارجيـة.

- كـما تـم التأكيـد- مـن كلا الجانبـين- عـلى ضرورة عـدم تركيـز الإعـلام عـلى المشـكلات فقـط التـي يعانيهـا القطـاع السـياحي, وإنمـا تقديـم صـورة للتعـاون بـين وزارة السـياحة والإعـلام.

- كـما اتفـق الجانبـان عـلى ضرورة صياغـة رؤيـة عامـة للمطلـوب مـن الإعـلام في مجـال السـياحة ليمكـن بعدهـا تحديـد الأهـداف الكبـيرة والعامـة للدولـة وبالتـالي الأهـداف الصغـيرة والأقـل منهـا، إلى جانـب التركيـز عـلى توعيـة المتلقـين بأهميـة السـياحة، مـع الابتعـاد عـن التركيـز عـلى السـلبيات والأحـداث السـيئة وهـو مـا يدعـم مـشروع (Live Egypt) الـذي طرحـه وزيـر السـياحة السـابق الدكتـور/ هشـام زعـزوع.

٢- التعاون بين أجهزة السياحة المختلفة ووسائل الإعلام المصرية وخاصة –التلفزيون-:

- اتفـق خـبراء السـياحة عـلى وجـود تعـاون بـين الأجهـزة السـياحية الرسـمية الممثلـة في وزارة السـياحة، وهيئـة تنشـيط السـياحة، والاتحـاد المـصري للغـرف السـياحية، وهيئـة التنميـة السـياحية مـع وسـائل الإعـلام مـن حيـث الإعـلام عـما يحـدث مـن مناسـبات وفعاليـات سـياحية في وسـائل الإعـلام المختلفـة.

- بينـما يظهـر تعـاون جهـات السـياحة غـير الرسـمية مع وسـائل الإعـلام – وخاصـة التلفزيـون- بالتركيز عـلى مـا يخـدم مصالحهـا الشـخصية فقـط مـن حيـث الإعـلان عـن برامـج هـذه الجهـات غـير الرسـمية مـع التركيـز عـلى هـدف تحقيـق الربـح بجـذب المشـاهدين للتمتـع ببرامـج أو خدمـات هـذا الفنـدق أو الشركـة السـياحية.

- فيـما أوضـح خـبراء الإعـلام أن تعـاون الأجهـزة السـياحية مـع وسـائل الإعـلام يتمثـل في تغطيـة الوسـائل الإعلاميـة للأحـداث السـياحية مـع غيـاب التعـاون والتنسـيق بـين الإعـلام والأجهـزة السـياحية وكل مـا يتـم هـو أنشـطة ارتجاليـة غـير مخطـط لهـا.

٣- مدى تدخل جهات السياحة في تحديد نوعية وشكل ما يقدم بالتلفزيون المصري من مضامين سياحية:

- أوضح خبراء السياحة الرسميين أن تدخل الجهات السياحية التابعين لها يكون محدودًا ويتركز على دور توجيهي فقط لما هو مطلوب من الإعلام - بشكل عام- في مجال التوعية السياحية إلى جانب التوجيه بتسليط الضوء على مناطق سياحية معينة والتركيز عليها، كما أن العلاقة بينهم تقوم على التعاون والنقاش والاستعانة بالآراء المتبادلة لحل بعض المشكلات وعلاجها, بل ذهب بعض الخبراء إلى توضيح أن وسائل الإعلام في بعض الأحيان هي التي تفرض على الجهة السياحية (هيئة التنمية السياحية) بعض الإجراءات أو الممارسات التي يجب اتخاذها فيما يتعلق بالسياحة.

- وبالنسبة لخبراء السياحة غير الرسميين فأوضحوا أن دور جهات السياحة غير الرسمية يتمثل في الإعلان فقط عن برامج وفاعليات الشركة السياحية أو الفندق في وسائل الإعلام المختلفة, فيما يتركز دور قطاع الإرشاد السياحي على التدخل في وسائل الإعلام وقت الضرورة عندما يطلب منه ذلك لتقديم معلومات أو التحدث عن الدور المطلوب منهم.

- وأوضح خبراء الإعلام أنه بشكل عام لا يوجد تدخل أو فرض من الأجهزة السياحية الرسمية على التلفزيون لتقديم مضمون سياحي معين, وإنما التدخل يكون بشكل غير صريح من خلال مخاطبة الجهات السياحية الرسمية (ممثلة في وزارة السياحة) للقنوات المصرية المختلفة من أجل تغطية حدث سياحي معين، وبالتالي فهناك أجندة من المناسبات والأحداث السياحية التي تحددها الجهات السياحية وتخاطب بها وسائل الإعلام المختلفة للاهتمام بها وتسليط الضوء عليها على مدار العام. فيما لا يتم توجيه المضمون السياحي لتناول زاوية معينة أو تغطية ما. كما قد تزكي الجهات السياحية الرسمية بعض الأماكن السياحية

الموجـودة "بمـصر" لـكي تجعـل وسـائل الإعـلام – وخاصـة التلفزيـون- تهتـم بهـا وتضعهـا في إطـار إعلامـي جـذاب يجـذب المشـاهد ويـروج لهـذه الأماكـن سـياحيًّا حتـى توضـع عـلى خريطة السـياحة المصريـة داخليًّـا وخارجيًّـا.

٤- تقييم ما يُقدم من مضامين سياحية بالتلفزيون المصري:

- اتجـه خـبراء السـياحة إلى اعتبـار أن هنـاك قصـورًا فيـما يقـدم مـن مضامـين سـياحية بالتلفزيـون المـصري وخاصـةً مـا يتعلـق منهـا بتشـجيع الاسـتثمارات العربيـة والأجنبيـة في مجـال السـياحة، كـما اتفقـوا عـلى أن المضامـين السـياحية التـي كانـت تقـدم بالتلفزيـون المـصري في فـترة التسـعينيات مـن القـرن العشريـن كانـت أكـثر تشـويقًا ولهـا فعاليـة وتأثـير أكـبر مـما يقـدم في الوقـت الحـالي مـن مضامـين سـياحية لا يـكاد دورهـا يذكـر، كـما اعتـبر الخـبراء السـياحيين أن تركيـز التلفزيـون المـصري حاليًّـا ينصـب عـلى الجانـب السـياسي والأحـداث السياسـية أكـثر مـن تركيـزه عـلى تنشـيط السـياحة والاهتـمام بهـا، وأن السياسـة أصبحـت هـي الطاغيـة عـلى مـا يقـدم مـن مضامـين وهـو مـا لابـد أن يتـم إعـادة النظـر فيـه.

- فيـما اختلـف مـع الآراء السـابقة رأي خـبراء الإعـلام حـول هـذا العنـصر؛ حيـث اعتـبر خـبراء الإعـلام أن حـوالي ٦٠٪ مـن المضامـين السـياحية المقدمـة بالقنـوات المصريـة تحقـق أهـداف قطـاع السـياحة المـصري بينـما يوجـد بالفعـل ضعـف في مسـتوى هـذه المـواد السـياحية المقدمـة.

٥- تقييم ما يقدم من تجارب دول أخرى في مجال الإعلام التلفزيوني السياحي:

- اتفـق خـبراء السـياحة في اعتبـار أن دولـة "الإمـارات العربيـة المتحـدة" كدولـة عربيـة اسـتطاعت أن تجعـل نفسـها وجهـة سـياحية عالمية بالرغم مـن أن الإمكانيات السـياحية التي تمتلكها هـي إمكانيات صناعيـة وليسـت طبيعيـة، إذ نجحت "إمـارة دبي" تحديدًا في التركيز على وضع أجندة مناسـبات خاصة وتمكنـت مـن الترويـج لهـا إعلاميًّـا. وكدولـة غـير عربيـة توجهـت الآراء إلى تقديم نمـوذج "تركيـا" التي

تقـارب الوطـن العـربي جغرافيًّـا واقتصاديًّـا ونجحـت في تقديـم السـياحة مـن خـلال المسلسـلات والدرامـا وبالتـالي قدمـت للمشـاهد جرعـة سـياحية وفـيرة نجحـت عـلى أثرهـا في إنعـاش السـياحة العربيـة المتجهـة إلى "تركيـا". وكذلـك قـدم الخـبراء السـياحيون تجربـة "ماليزيـا" التـي قدمـت حمـلات سـياحية وكانـت تعرضهـا وقـت بـث الإعلانـات, وهـذا وقـت يحظـى بمشـاهدة عاليـة وجـاذب للجمهـور.

- فيـما اتفـق خـبراء الإعـلام أيضًـا عـلى اعتبـار أن "إمـارة دبي" اسـتطاعت أن تـروج لذاتهـا إعلاميًّـا مـن خـلال الحمـلات والإعلانـات التـي تقـوم بهـا ولاسـيما في أثنـاء فـترات المهرجانـات, مثـل مهرجـان السـياحة والتسـوق، إلى جانـب "المملكـة الأردنيـة الهاشـمية" التـي اسـتطاعت أن تـروج للسـياحة العلاجيـة لديهـا مـن خـلال التركيـز عـلى فوائـد البحـر الميـت العلاجيـة. وكنمـوذج لدولـة غـير عربيـة قـدم خـبراء الإعـلام أيضًـا لدولـة "تركيـا" وتجربـة الدرامـا التركيـة التـي صـدرت للوطـن العـربي مـن خـلال "الدوبـلاج" واسـتطاعت أن تلفـت النظـر إلى جـمال "تركيـا" وجاذبيـة المناظـر بهـا ووضعهـا عـلى قمـة المقاصـد السـياحية التـي يقصدهـا السـائحون العـرب.

- ووضـع خـبراء الإعـلام في الاعتبـار أيضًـا المضمـون غـير المبـاشر المتمثـل في "برامـج الطهـي المقدمـة عـلى قنـاة مثـل "قنـاة فتافيـت"، والبرامـج الوثائقيـة المقدمـة مـن خـلال بعـض القنـوات الوثائقيـة "كقنـاة الجزيـرة الوثائقيـة" أو مـن خـلال بعـض القنـوات الإخباريـة " كقنـاة العربيـة".

٦- ما يتعلق بالمقترحات لتطوير المضمون السياحي المقدم بالقنوات التلفزيونية المصرية لخدمة قطاع السياحة:

- أوضـح خـبراء السـياحة ضرورة تفعيـل التعـاون بـين مسـئولي السـياحة والإعـلام لتحقيـق مـا يخـدم قطـاع السـياحة وذلـك مـن خـلال المقترحـات ببـدء الاهتـمام بعنـصر الإعـداد والتقديـم للبرامـج والمضامـين السـياحية وضرورة توفـر سـمات وخصائـص معينـة في المشـتغلين بمجـال الإعـلام السـياحي، والاقـتراح بـضرورة التركيـز عـلى

الأحـداث والمناسـبات السـياحية بالشـكل الـكافي لجـذب المسـتثمرين لرعايـة مثـل هـذه الأحـداث واسـتثمار أموالهـم في الدولـة. مـع التركيـز عـلى عـرض معانـاة مـن يعملـون في مجـال السـياحة وعـرض مشـكلاتهم ومحاولـة إيجـاد حلـول لهـا، والتركيـز عـلى تمتـع "مـصر" بالاسـتقرار والأمـان، وأنهـا دائمًـا تتوجـه للأمـام وبالتـالي اقـترح الخـبراء السـياحيون ضرورة وجـود رقابـة عـلى القنـوات التلفزيونيـة المصريـة لمراقبـة مـا يعـرض بهـا مـن مضامـين وعـرض مـا يخـدم مصالـح الدولـة فقـط.

- فيـما اقـترح خـبراء الإعـلام ضرورة تطويـر الشـكل المقـدم بـه المضمـون السـياحي التلفزيـوني مـن خـلال التجديـد في الآليـات المسـتخدمة حتـى يكـون هنـاك جاذبيـة للمضمـون مـن خـلال الاسـتعانة بزوايـا مختلفـة في التصويـر، والاعتـماد عـلى التكنولوجيـا الحديثـة، واسـتخدام مواقـع التواصـل الاجتماعـي والمواقـع الإلكترونيـة التـي يرتادهـا الشـباب باسـتمرار للترويـج للمضمـون السـياحي الهـادف.

- التأكيـد عـلى ضرورة تنويـع الأشـكال (القوالـب) الفنيـة المقـدم بهـا المضمـون السـياحي مـع تدريـب القائمـين عـلى الإعـلام التلفزيـوني السـياحي عـلى إنتـاج هـذه الأشـكال الحديثـة إلى جانـب الاسـتعانة بقوالـب لأشـكال برامجيـة ناجحـة في مجـال السـياحة حصلـت عـلى شـهرة في هـذا المجـال وتطبيقهـا في الوطـن العـربي، والتوجيـه للاعتـماد عـلى القوالـب والأشـكال البرامجيـة المبـاشرة وغـير المبـاشرة الداعمـة للسـياحة.

٧-جدوى إطلاق فضائية عربية متخصصة في السياحة:

أوضحـت آراء بعـض خـبراء السـياحة أهميـة إنشـاء مثـل هـذه القنـاة وتوجيهيهـا بـأن تكـون متخصصـة في السـياحة العربيـة ككل, وتشـمل إعلانـات ودعايـة للفنـادق المختلفـة ومـا يوجـد بهـا مـن تسـهيلات ومزايـا إلى جانـب التركيـز عـلى مـا يميـز الثقافـة الخاصـة بـكل دولـة مـع إمكانيـة عمـل مسـابقات تشـجيعية سـياحية.

- وأكـد الخـبراء عـلى أن تكـون هـذه القنـاة تابعـة للحكومـة ويتـولى إدراتهـا أشـخاص متخصصـون في مجـال الإعـلام السـياحي، كـما يمكـن لجهـة مثـل جامعـة الـدول العربيـة أن تتـولى الإشراف عليهـا.

- وبـرر الخـبراء السـياحيون أهميـة هـذه القنـاة المتخصصـة في السـياحة لجعـل المشـاهد يتعـرض تحديـدًا للمضمـون الـذي يريـده في الوقـت المحبـب لديـه دون انتظـار وقـت برنامـج معـين وبالتـالي يوفـر سـهولة الحصـول عـلى المعلومـة والتعـرض للمضمـون السـياحي المتنـوع والهـادف في أي وقـت.

- فيـما ظهـر رأي آخـر يؤكـد عـلى أن الوقـت حاليًـا غـير ملائـم لإطـلاق قنـاة فضائيـة سـياحية مصريـة وهـو مـا يمكـن التفكـير بـه مسـتقبلًا بعـد أن يتـم جـذب الاهتـمام الـدولي «بمـصر» سـياحيًا مـن خـلال الإعـلام عـن منتجاتهـا السـياحية في قنـوات لهـا نسـبة مشـاهدة عاليـة كقنـاتي (National Geographic أو CNN).

- وتوجهـت آراء بعـض خـبراء الإعـلام لأهميـة وجـود هـذه القنـاة نظـرًا إلى أن قطـاع السـياحة ثـري جـدًا ويمكـن أن يقـدم لـه مـن خـلال التنـوع في المضامـين المقدمـة مـن برامـج وأفـلام, وتوجهـت الآراء بـأن يكـون انتـماء هـذه القنـاة للجهـات الخاصـة للبعـد عـن الروتـين والمعوقـات الإداريـة، كـما يمكـن التوجيـه بإنشـاء هـذه القنـاة بتجمـع الـدول العربيـة ككل وذلـك لدعـم التعـاون والوحـدة العربيـة المشـتركة والتبـادل البرامجـي بـين الـدول العربيـة وبعضهـا البعـض وبالتـالي التبـادل السـياحي بينهـم, ويحبـذ أن يتـم في هـذه الحالـة الإشراف عليهـا مـن قبـل جامعـة الـدول العربيـة. فيـما اتجهـت بعـض الآراء لجعـل هـذه القنـاة تتبـع "لمـصر" فقـط؛ نظـرًا إلى أنهـا تملـك الريـادة والتفـوق السـياحي.

- وجـاءت الآراء المعارضـة لإنشـاء هـذه القنـاة بدعـوى أن هـذه القنـاة سـتكون متخصصـة وبالتـالي سـوف تجـذب المتخصصـين فقـط, ولأنهـا أيضًـا سـتحتاج إلى تمويـل وترويـج جيـد وأمـوال طائلـة وذلـك بالإشـارة إلى تجربـة مـصر السـياحية " MTC" التـي لم تسـتمر طويـلًا نظـرًا لقلـة التمويـل وضعـف الإعلانـات.

مقترحات عامة للنهوض بقطاع السياحة والإعلام في "مصر":

- فيما يخص الجانب الإعلامي:

أ- عدم تركيز وسائل الإعلام – وتحديدًا التلفزيون - على السلبيات الموجودة في المجتمع المصري، والتقليل من الدعاية السلبية والسيئة، والعمل على بث الأمل والطمأنينة لدى السائحين.

ب- وجود رقيب متخصص في التأثير الإقليمي والدولي للأحداث التي تقدم في الفضائيات وذلك لمراقبة ما يقدم فيها والتركيز على ما يخدم المصلحة الوطنية.

ج- ضرورة تطوير مستوى البرامج السياحية المقدمة بالقنوات التلفزيونية، وذلك بالتركيز على الإيقاع السريع ومواكبة التطور في العلم.

د- ضرورة تركيز التلفزيون على "سياحة التميز" التي تتمثل في التركيز على أنواع معينة من السياحة تتميز بها منطقة أو دولة ما عن غيرها من الدول " كالسياحة الريفية مثلًا في مصر" أو "سياحة الحمامات التي أوجدتها دولة تونس".

هـ- عمل برامج تلفزيونية سياحية موجهة للفئات العمرية المختلفة "أطفال، وشباب، وكبار السن" وهو ما يتلاءم مع أحد أنواع السياحة الحديثة المتمثلة في "سياحة حسب العمر"، وهذا النوع من السياحة يركز على تخطيط واختيار البرامج السياحية وفقًا للفئة العمرية التي تقوم بالنشاط السياحي وتخطيط البرنامج السياحي وفقًا لظروف واتجاهات كل فئة. ويمكن التركيز من خلال هذا النوع على سياحة "كبار السن" التي يراعى فيها عمل برامج سياحية خاصة تلائم ظروفهم وأوضاعهم الصحية والسِّنِّية من حيث توفير أماكن مريحة لهم دون بذل مجهود في الانتقالات أو النشاط الحركي داخل هذا المكان، وبالتالي تشجع هذه البرامج المتخصصة كبار السن على ممارسة النشاط السياحي والتمتع به.

و- التأكيد على أهمية التوعية السياحية ودور التلفزيون في تحقيق هذا الدور التوعوي من خلال توجيه الإعلام للأشخاص العاديين بكيفية التعامل الأنسب مع السائح.

ز- أهميـة تركيـز الإعـلام التلفزيـوني السـياحي عـلى السـياحة الداخليـة، والتعـاون مـع الجهـات السـياحية للإعـلان عـن برامـج سـياحية زهيـدة الثمـن في المناطـق الداخليـة "بمـصر" لجـذب الانتبـاه لهـا وتشـجيع السـياحة إليهـا.

ح- التأكيـد عـلى ضرورة وجـود ميثـاق شرف إعلامـي ينبثـق منـه ميثـاق دعـم قومـي، بالإضافـة إلى توقيـع القنـوات التلفزيونيـة الخاصـة لميثـاق شرف مـع الحكومـة لتبنـي الخطـط الترويجيـة الداعمـة للاقتصـاد القومـي، مـع ضرورة عمـل حمـلات إعلاميـة مدفوعـة الأجـر تُبـث مـن خـلال القنـوات التلفزيونيـة الخاصـة.

ط- تخصيـص كليـات وأقسـام الإعـلام المختلفـة منهجًـا محـددًا يتنـاول الإعـلام السـياحي وذلـك لتعليـم أسـس الترويـج السـياحي، مـع التركيـز عـلى دراسـة الإعـلان السـياحي بشـكل خـاص.

ي- ضرورة تركيـز التلفزيـون عـلى التسـهيلات الاسـتثمارية التـي تقـوم بهـا هيئـة التنميـة السـياحية وذلـك عـن طريـق عمـل حملـة قوميـة يمكـن أن تمولهـا وزارة السـياحة ويتـم إطلاقهـا مـن خـلال التعاقـد مـع قنـاة معينـة أو عـدد مـن القنـوات – والتـي تتمتـع بنسـبة مشـاهدة عاليـة- في توقيـت محـدد مسـبقًا، ويركـز فيهـا عـلى أن "مـصر" أكـثر دولـة تقـدم تسـهيلات سـياحية مـن أي دولـة أخـرى، وخاصـةً في مجـال الاسـتثمار السـياحي، ومـا يعـوق هـذا هـو عـدم الإعـلان عنهـا بالشـكل الـكافي.

ك- العمـل عـلى وجـود تنسـيق بـين عمـل القنـوات التلفزيونيـة المصريـة ككل مـن خـلال اسـتراتيجية موحـدة لخدمـة الهـدف القومـي لتنشـيط السـياحة مـع تبنـي هـذه القنـوات لحملـة وخطـة إعلاميـة مكثفـة تنتـشر في جميـع وسـائل الإعـلام المصريـة لطمأنـة السـائحين أنَّ "مـصر" بلـد الأمـن والأمـان ولا يوجـد خطـر عـلى السـائحين فيهـا وذلـك لاسـتعادة ثقـة السـائحين العـرب والأجانـب في "مـصر" كمقصـد سـياحي.

ل- أهميـة أن يتعامـل التلفزيـون مـع المضمـون السـياحي عـلى أنـه رسـالة قوميـة، وألا ينتظـر وزارة السـياحة حتـى تقـوم بحمـلات إعلاميـة سـياحية مدفوعـة الأجـر.

م- ضرورة وجود رصد من قبل المختصين الحاصلين على دورات في الإعلام السياحي أو خريجي كليات السياحة والآثار لتقييم ما يقدَّم من مضامين إعلامية سياحية، والتوجيه نحو تطويرها وتحسينها، وتوجيهها للهدف المطلوب منها.

ن- اقتراح إنشاء قناة فضائية متخصصة بالسياحة، وأن يشترك فيها القطاع الخاص والحكومي بالجمع بين مزايا القطاعَيْن حيث تكلف وزارة السياحة وهيئة تنشيط السياحة مجموعة من كبار رجال الأعمال لتمويل القناة، على أن تتولى هذه الجهات المتخصصة إدارة القناة بالاشتراك مع مؤسسة إعلامية، ولا يتم التعويل على العوائد بشكل سريع.

س- ضرورة وضع خطة إعلامية غير نمطية وغير تقليدية فيما يتعلق بالمضمون السياحي المقدم في القنوات الأرضية عامة والفضائية خاصة للنهوض بهذا القطاع؛ نظرًا لما تمر به "مصر" من أزمات بقطاع السياحة منذ عام ٢٠١١.

ع- أهمية توفر قدر من المرونة والتسهيلات الإدارية للتحرك والتنقل لتصوير الأماكن السياحية المختلفة، وضرورة توفر ورش عمل لصقل الكوادر مع وجود جانب تمويل سخي.

- فيما يخص الجانب السياحي:

أ- ضرورة البُعد عن الروتين الحكومي الذي يعوق أي تعاون بين وزارة السياحة والتلفزيون وشركات السياحة وإلغاء الروتين المتمثل في عدد التصاريح والموافقات التي يستلزم الحصول عليها لتصوير أي مكان سياحي في "مصر".

ب- تشكيل لجنة في وزارة السياحة تسمى "لجنة الإعلام السياحي"، ويكون لديها الخطة الكاملة لوزارة السياحة بالأماكن المطلوب تنشيط السياحة فيها، ولجنة مماثلة في قطاع الإعلام ليتمكن من ترجمة ما تقدمت به لجنة وزارة السياحة إلى شكلٍ برامجي مناسب، ووضعه على الخريطة البرامجية حسب أوقات البث المقترحة.

ج- العمل على تطبيق تجربة "نهر الدانوب" في مجال التنمية السياحية من خلال تطبيقها على دول حوض النيل - وهي التجربة التي تم طرحها في مناقشة الاستراتيجية العربية- وتقوم "تجربة نهر الدانوب" على عمل محور سياحي مهم يربط بين الدول المطلة على نهر الدانوب ولا يقتصر على إعطاء تسهيلات في التأشيرات فقط بين هذه الدول, وإنما يتعدى ذلك إلى كيفية الحفاظ على النهر بيئيًّا من التلوث مع توحيد التسهيلات والمرافق والخدمات السياحية في كل الدول المطلة عليه بحيث يكون ما يجده السائح في أي دولة من هذه الدول يجده في غيرها بالمستوى نفسه.

- وهو ما يمكن فعليًّا تطبيقه بين الدول المطلة على "نهر النيل" بما فيهم "مصر"، وذلك للحفاظ على النهر بيئيًّا واستغلاله سياحيًّا بالشكل الملائم، والمفيد لجميع الدول المطلة عليه من خلال عمل "رحلة نيلية Nile Cruise" بين هذه الدول، والاستفادة من المميزات السياحية في كل دولة، وإبرازها عبر هذه الرحلة، وجعل السائحين يستمتعون بها.

د- العمل على وجود خطة من قِبَل وزارة السياحة فيما يخص دَور الإعلام – وتحديدًا التلفزيون - وأن تكون هذه الخطة واضحة ومُعلنة لجميع وسائل الإعلام، إذ ما يوجد الآن من قبل وزارة السياحة خطط متنوعة ومتفرعة وغير معلنة للإعلام المصري، وبالتالي يقوم الإعلام بدور اجتهادي دون خطة واضحة المعالم وهو ما يؤدي به إلى الخطأ.

- فيما يخص الجانب المجتمعي:

أ- ضرورة تَحقيق عنصر الأمن والأمان بشكل أساسي لتشجيع الإعلام على القيام بدوره في مجال خدمة السياحة؛ حيث إن صناعة السياحة تقوم بشكل أساسي على الاستقرار السياسي والأمني والمجتمعي، وبالتالي فمن دون الاستقرار لا يمكن توجيه الإعلام لخدمة السياحة.

ب- ضرورة تفعيل الاستراتيجية العامة (الاسترتيجية القومية للدولة) لتنمية القطاع السياحي وتطويرها، وهذه الاستراتيجية تُشارك فيها كلٌّ من وزارة السياحة، وقطاع الإعلام، ووزارة الداخلية، ووزارة الخارجية، ووزارة الثقافة، ووزارة الرياضة التي لها علاقة بالشباب، وكل الجهات التي لها علاقة بالعمل السياحي والإعلامي؛ إذ هناك حاجة إلى خطة متكاملة بحيث يكون لكل جهة أو مؤسسة دور محدد فيها من خلال دعم قومي (حكومي)، ودعم مالي كبير، إلى جانب دور القطاع الخاص الذي يحقق إيرادات كبيرة جدًّا من السياحة، وبالتالي يمكنه أن يسهم بشكل كبير في دعم أي خطط أو مشروعات للتنمية السياحية.

مقترح لاستخدام وسائل الاتصال في دعم التنمية السياحية:

- يتضمن هذا المقترح العمل على محورين متوازيين باستخدام وسائل الاتصال الجماهيري, واستخدام وسائل الاتصال الشخصي أيضًا بما يتفق مع المزيج التسويقي المتكامل، وذلك لإتمام عملية التسويق للمنتج السياحي المصري في الداخل والخارج، لكون عملية التسويق السياحي ركنًا أساسيًّا في دعم التنمية السياحية في أي مجتمع، ويعتمد محورا الخطة على ما يلي:

أ - خطة تسويق المُنتج السياحي المصري في الداخل والخارج:

- ويتطلب لتحقيق هذا المحور العمل على استغلال إمكانيات الاتصال الشخصي والجماهيري على حد سواء لتسويق المغريات السياحية المصرية سواءً في داخل الدولة لتشجيع السياحة الداخلية من خلال مكاتب هيئة تنشيط السياحة المتواجدة في أنحاء الجمهورية، أو من خلال مكاتب الهيئة العامة للاستعلامات بفروعها المختلفة، وذلك للإسهام في تسليط الضوء على المنتج السياحي المصري ورفع الوعي بأهمية النشاط السياحي لدى الجماهير إما لتشجيعهم على ممارسة السياحة في مناطق داخل الدولة وبالتالي تنشيط وإنعاش قطاع السياحة، أو لتوعيتهم بحسن معاملة السائحين الوافدين وبالتالي رفع الوعي السياحي لديهم.

- إدراج مـادة دراسـية تشـتمل عـلى الإرشـاد السـياحي والتوعيـة السـياحية ضمن المسـتويات الدراسـية المختلفـة، وذلـك لتنشـيط دور المدرسـة في التربيـة والثقافـة السـياحية لـدى الطـلاب منـذ سـنوات الدراسـة الأولى، والمسـاعدة أيضًـا عـلى ترسـيخ أهميـة وقيمـة السـياحة في نفوسـهم منـذ الصغـر، إلى جانـب التركيـز عـلى تعريفهـم ببلدهـم والمغريـات السـياحية المتنوعـة الموجـودة بهـا، وذلـك لتعزيـز روح الـولاء والانتـماء لديهـم، وتعزيـز ذلـك بالقيـام بأنشـطة ورحـلات مدرسـية زهيـدة الثمـن لتجـوب معظـم المناطـق الأثريـة والسـياحية «بمـصر»، وتسـليط الضوءأيضـا عـلى المغريـات السـياحية في الـدول الأخـرى المختلفـة لتهيئـة الطالـب للتعـرف عـلى عـادات وتقاليـد وثقافـات أخـرى والانفتـاح عـلى الآخـر اجتماعيًّـا وثقافيًّـا.

- تعـاون هيئـة تنشـيط السـياحة في تسـهيل عمـل رحـلات سـياحية مخفضـة الأسـعار لأعضـاء النـوادي والنقابـات المهنيـة المختلفـة، وأيضًـا لطلبـة المـدارس والجامعـات والمعاهـد، والعاملـين في القطاعـات الحكوميـة المختلفـة بالدولـة مـن خـلال تشـجيع "سـياحة الحوافـز" التـي تعتمـد عـلى مكافـأة العاملـين وتحفيزهـم للعمـل مـن خـلال تنظيـم رحلـة سـياحية لهـم بـدلًا مـن إعطـاء حافـز مـادي معـين، وبهـذا تسـاهم المؤسسـة في تجديـد روح العمـل لـدى الموظفـين، وربـط الأواصر الاجتماعيـة بينهـم، بالإضافـة إلى تشـجيع السـياحة الداخليـة، وبذلـك يتـم الإسـهام في ترسـيخ حـب النشـاط السـياحي والارتبـاط بالوطـن، عـلى أن تتضمـن هـذه الرحـلات زيـارات لأماكـن مختلفـة ومتنوعـة باسـتمرار حتـى تغطـي معظـم أنحـاء الدولـة وتلقـي الضـوء عـلى المغريـات السـياحية المتنوعـة، وعـدم الاكتفـاء فقـط بالرحـلات التقليديـة المتعـارف عليهـا لبعـض مناطـق الآثـار كالأهرامـات، أو المتحـف المـصري، والقريـة الفرعونيـة.

- كـما اقـترح الخبـير السـياحي الـدولي بكنـدا "جيميـس عـواد" مقترحـاً لتسـويق المنتـج السـياحي المـصري في الخـارج يتمثـل فيـما يـلي[٢٠٧]:

- أن ترصد الدولة ميزانية لا تقل عن ٥٪ من دخل السياحة السنوي على مدى السنوات الخمس المقبلة لتسويق السياحة لمعرض الأسواق الأوروبية والعالم العربي، ويعاد النظر في هذه النسبة بعد خمس سنوات بشرط اختيار أفضل بيوت التسويق والدعاية للقيام بهذه المهمة كما هو الحال مع "إمارة دبي"، ولابد أن تشارك كل الفنادق في ذلك والمستفيد من السياحة سواءً كان تجارة أو سياحة أو مناطق سياحية بنسبة لتمويل جزء من ميزانية التسويق لتنفيذ هذه الخطة الطموح وتكون عبارة عن فرض ضريبة بقيمة ١٪ او ٢٪ من الدخل السنوي لهذه المنشأة.

- تقوم خطة التسويق السابقة على ترسيخ فكرة أن البحر الأحمر هو الكاريبي للعالم الأوروبي والعربي حيث يمكن زيارته ١٢ شهرًا إى على مدار السنة مع فرق التكلفة المنخفضة عند المقارنة بالكاريبي في جنوب أمريكا، بالإضافة إلى تسويق السياحة العلاجية في "مصر".

- توظيف جزء من ميزانية التسويق لسياحة المسنين الذين يبحثون دائمًا عن الأماكن التي تتمتع بجو الهدوء والدفء ورخص الأسعار، حيث يوجد ١٨ مليون مسن على وشك التقاعد في "أوروبا"، ويوجد في "مصر" بوادر هذه السياحة في مناطق مثل "شرم الشيخ" حيث يقطن عدد من المسنين الإنجليز والروس، وفي "الغردقة" حيث يقطن عدد من الألمان ومن شمال أوروبا "الدول الاسكندنافية" الذين يقومون بشراء أو إيجار وحدات سكنية على مدى السنة، وقد تصل هذه السياحة إلى مليوني مقيم في هذه المناطق، ويقدر دخل هذه السياحة بحوالي ٢ بليون دولار في العالم، مع اقتراح إنشاء عشرة ملاعب جولف في المناطق السياحية بالبحر الأحمر؛ حيث إن هذه النوعية من السائحين تفضل لعبة الجولف.

- تحويل مكاتب مصر للسياحة المعدومة الإنتاجية في العالم إلى قطاعٍ خاصٍّ أو شركة سياحية عالمية لتسويق السياحة "بمصر" على أحدث طراز، ووضع ضوابط للإنتاجية بمبدأ الثواب والعقاب.

- o الاعتـماد عـلى اسـتراتيجية "تنويـع الأسـواق السـياحية" بالتوجـه لمخاطبـة أسـواق سـياحية جديـدة بـدلًا مـن التركيـز عـلى جـذب الأسـواق السـياحية التقليديـة – وهـو مـا يقـوم بـه بالفعـل وزيـر السـياحة المـصري السـابق/ هشـام زعـزوع مـن توجهـه لمخاطبـة أسـواق سـياحية جديـدة ومحاولـة تسـويق «مـصر» لديهـم كدولـة سـياحية جاذبـة وذلـك مـن خـلال التوجـه لدولـة مثـل «الهنـد» ودول جنـوب شرق آسـيا كاليابـان التـي تهتـم بالسـياحة الثقافيـة تحديدًا- وبالتـالي يمكـن ضـمان تنـوع السـائحين القادمـين إلى «مـصر» واختـلاف عاداتهـم السـياحية وبهـذا يمكـن تنويـع المنتـج السـياحي لإرضائهـم، وكذلـك يعـد هـذا حـلًا مناسـبًا للتغلـب عـلى أزمـات القطـاع السـياحي في أوقـات قلـة أعـداد السـائحين القادمـين مـن الأسـواق السـياحية التقليديـة كالأسـواق الأوروبيـة - والتـي أصـدرت تحذيـرًا لمواطنيهـا بحظـر السـفر إلى «مـصر» وقـت الاضطرابـات والأحـداث الإرهابيـة التـي شـهدتها «مـصر» مطلـع عـام ٢٠١٤-.

ب- خطة إعلامية لتنشيط السياحة المصرية:

- تتضمـن هـذه الخطـة الإعلاميـة التركيـز عـلى محوريـن هـما: تنشـيط وتشـجيع السـياحة الداخليـة، والاهتـمام بتنشـيط السـياحة العربيـة الوافـدة إلى «مـصر» عـلى النحـو التـالي:

- تنشيط السياحة الداخلية:

- تنبـع أهميـة السـياحة الداخليـة مـن مـدى التأثـير الـذي يترتـب عـلى تنشـيط وترويـج هـذه السـياحة وأهميـة عـدم النظـر إليهـا عـلى أنهـا مجـرد سـياحة تعويضيـة للسـياحة الوافـدة والاهتـمام بهـا فقـط أوقـات الأزمـات السـياحية وعنـد انخفـاض معـدلات السـياحة الوافـدة مـن الخـارج، بـل لابـد مـن الاهتـمام بهـا عـلى مـدار العـام وتشـجيع المواطنـين عـلى ممارسـة النشـاط السـياحي داخـل دولهـم ورفـع الوعـي السـياحي لديهـم, إذ تحقـق السـياحة الداخليـة عـددًا مـن المميـزات عـلى مختلـف المجـالات كالتـالي:

o اقتصاديًا:

تعويض النقص من السياحة الوافدة ، إلى جانب استمرار الدخل السياحي على مدار العام وهو ما يغني عن حدوث أزمات بسبب نقص السياحة الوافدة وخاصةً في أوقات الاضطرابات أو الظروف السياسية والمجتمعية غير المستقرة.

o اجتماعيًا:

تحقيق مزيد من التعارف والتواصل بين أبناء المجتمع الواحد وبين المحافظات والمناطق المختلفة مع تربية المواطن على سلوك السائح الرشيد إلى جانب رفع الوعي لديه بأهمية السياحة.

o سياسيًا:

ترسيخ الانتماء لدى المواطن ببلده وأهميتها والشعور بقيمتها خاصة إذا وجد هذا المواطن من الاهتمام والرعاية في الأماكن السياحية كما يجدها الأجانب والزائرون.

- وتعد أفضل وسيلة لجذب المواطنين وتحفيزهم على تشجيع السياحة الداخلية اتباع سياسة خفض الأسعار في الفنادق والمرافق السياحية المختلفة مع تقديم خدمات سياحية متميزة لتجذب السائح إلى زيارة هذه الأماكن وتكرار زيارتها، وفي هذا المجال تبرز تجربة "البرتغال" التي طبقت هذه السياسة من خلال تخفيض الأسعار في الفنادق والمطاعم السياحية؛ مما شجع على جذب مزيد من السائحين من الداخل ومن الخارج إليها، وبالتالي نجحت في تحقيق معدلات سياحية مرتفعة وإيرادات هائلة من السياحة منذ اعتمادها هذه السياسة الاقتصادية.

- ويمكن اعتبار أن هذه السياسة تتفق مع إحدى استراتيجيات الإعلام السياحي المتمثلة في[٢٠٨] «استراتيجية الانتشار» والتي تعتمد على تسهيل كافة الخدمات والتسهيلات وإقامة المنشآت التي تتناسب مع كافة مستويات الدخول بدءًا من الدخول المتوسطة والمتميزة والخاصة، وتشييد فنادق النجمتين والنجمة الواحدة لتشجيع سياحة الشباب والطلبة والفئات المتوسطة في الداخل والخارج.

- وكمثـال عـلى توفـير أماكـن إقامـة بأسـعار زهيـدة وجـدت سلسـلة فنـادق عالميـة تسـمى «IBIS" تقـوم فكرتهـا عـلى توفـير أماكـن إقامـة للسـائحين – ذوي الدخـول المتوسـطة أو القليلـة- حيـث تتميـز هـذه الفنـادق بصغـر حجـم الغـرف بهـا، وتواضـع الخدمـات المقدمـة إلا أن هـذا يسـاعد عـلى توفـير قـدر مـن تكلفـة الإقامـة يمكـن بهـا أن يتنقـل الفـرد إلى أماكـن ودول مختلفـة أو يحصـل بهـا عـلى متعـة قضـاء برنامـج سـياحي معـين في هـذا المـكان.

- تشجيع السياحة العربية الوافدة:

- وذلـك مـن خـلال تشـجيع وتفعيـل المـشروع الـذي طرحـه وزيـر السـياحة السـابق «هشـام زعـزوع» والـذي يشـجع عمـل «سـياحة الويـك إنـد» أو عطلـة نهايـة الاسـبوع وجـذب العـرب لقضـاء هـذه العطلـة في «مـصر» مـن خـلال عـروض سـياحية لمـدة ثلاثـة أو أربعـة أيـام, بحيـث يمكـن أن تبـدأ يـوم الأربعـاء وتنتهـي يـوم السـبت، وذلـك بمشـاركة عـدد مـن الفنـادق في مختلـف المـدن والمناطـق السـياحية «بمـصر»، إلى جانـب تسـهيل هـذا بالسـماح بوجـود رحـلات طـيران مـن بعـض العواصـم الخليجيـة إلى شرم الشـيخ والغردقـة.

- ولتحقيـق مـا سـبق مـن محـوري الخطـة الإعلاميـة المتبعـة لتنميـة السـياحة في «مـصر» يمكـن اقـتراح عمـل خطـة برامجيـة بالقنـوات التلفزيونيـة المصريـة المختلفـة – سـواءً كانـت حكوميـة أم خاصـة- ويخصـص فيهـا نسـبة مـن الوقـت لعـرض وتقديـم المضامـين السـياحية المتنوعـة عـلى اختـلاف أشـكالها ومضامينهـا مـع مراعـاة التنـوع في هـذه المضامـين، وإفـراد مسـاحة كافيـة لهـا عـلى الخريطة البرامجيـة، مـع عـدم إغفـال الأوقـات التـي تتمتـع بنسـب مشـاهدة عاليـة ضمـن هـذه الخطـة، ويمكـن أن تتنـاول هـذه المضامـين والأشـكال البرامجيـة مـا يـلي:

أ - برامـج سـياحية: يراعـى فيهـا التشـويق والمسـتوى الفنـي الجيـد مـن حيـث الإخـراج واسـتخدام حـركات الكامـيرا وزوايـا التصويـر واللقطـات المبهـرة، مـع اسـتخدام تقنيـات

وفنيـات المونتـاج لإظهـار هـذه الصـورة السـياحية بطريقـة مشـوقة وجاذبـة للانتبـاه، إلى جانـب الحـرص عـلى التصويـر في الأماكـن المفتوحـة والبعـد عـن الاسـتوديوهات.

- ضرورة تركيـز حلقـات البرنامـج السـياحي الـدوري عـلى تقديـم أماكـن سـياحية ومناطـق جديـدة وتقديمهـا للمشـاهد بعيـدًا عـن مناطـق السـياحة التقليديـة بالتركيـز عـلى مناطـق مثـل: "سـيوة، وطابـا، ومـرسى علـم " وغيرهـا مـن المناطـق السـياحية غـير المعروفـة نسـبيًا لـدى الجمهـور.

- الحـرص عـلى عمـل برامـج سـياحية تتنـاول كافـة أنمـاط وأنـواع السـياحة لاسـيما الحديثـة منهـا، وتخصيـص برامـج أو حلقـات معينـة منهـا للحديـث عـن سـياحة التسـوق، والسـياحة العلاجيـة، وسـياحة الجولـف، والسـياحة الشـاطئية والترفيهيـة، والسـياحة البيئيـة بأنواعهـا المختلفـة، وذلـك لتطبيـق اسـتراتيجية التنـوع السـياحي واسـتخدام الإعـلام في تسـويق هـذه الاسـتراتيجية السـياحية.

- العمـل عـلى جعـل البرنامـج السـياحي لـه دوريـة ثابتـة كأن يقـدَّم بشـكل أسـبوعي مثـلًا مـع تعـدد هـذه البرامـج الأسـبوعية بحيـث يقـدم كل يـوم برنامـج سـياحي مختلـف، مـع مراعـاة بثـه في توقيـت يتمتـع بنسـب مشـاهدة عاليـة، إلى جانـب الحـرص عـلى عمـل تقييـم دوري لمـدى مشـاهدة ومتابعـة هـذا البرنامـج ومـا أهـم إيجابياتـه وسـلبياته وذلـك مـن خـلال التفاعـل السريـع مـع الجمهـور عـبر وسـائل التواصـل الاجتماعـي مثـل صفحـة البرنامـج عـلى "فيـس بـوك"، أو مـن خـلال "موقـع القنـاة" ذاتـه، وذلـك لتـدارك أي سـلبيات في البرنامـج وضرورة الاسـتجابة السريعـة لتطويـر هـذا المحتـوى المقـدم لضـمان إحـداث الأثـر المطلـوب مـن البرنامـج المقـدم، وذلـك إمـا بالتعديـل أو التغيـير في الشـكل أو المضمـون أو حتـى بإيقـاف البرنامـج تمامًـا – إذا ظهـر عـدم متابعـة الجمهـور لـه أو عـدم وجـود اسـتجابة مرضيـة عنـه- وهـو المبـدأ الـذي ينبغـي أن تعمـل بـه القنـوات الحكوميـة أسـوةً بمـا تقـوم بـه القنـوات الخاصـة التـي تجعـل نصـب عينيهـا المشـاهد بالدرجـة الأولى واحتياجاتـه ورغباتـه، وتتجـاوب مـع مـا يريـد

أن يشاهده، ولعل هذا التوجه يعد سببًا من أسباب انصراف الجمهور لمتابعة هذه القنوات الخاصة على حساب القنوات الحكومية.

ب- سلسلة أفلام وثائقية: تتناول الحديث عن المناطق الأثرية والسياحية في "مصر" عن طريق تناول كل فيلم من هذه السلسلة لمكان أو أثر سياحي أو تاريخي معين، أو لمتحف من المتاحف المتنوعة والحديث عنه باستفاضة مع استخدام إمكانيات الإبهار والتشويق في العناصر الإخراجية المختلفة، وذلك لإعطاء المشاهد كمًّا من المعلومات التي تعمل على رفع الوعي السياحي لديه بهذه الأماكن والمآثر السياحية المختلفة، مع اقتراح تسمية هذه السلسلة الوثائقية "مصر التاريخ" أو "٧٠٠٠ عام من الحضارة".

ج- حملات إعلامية متنوعة: ومن خلالها يتم التركيز على رسائل سياحية متنوعة ويمكن التوجه من خلال هذه الرسائل إلى جماهير متنوعة ومخاطبتهم بالدوافع والاستمالات التي ترغبهم في القيام بالنشاط السياحي والاستجابة لرسائل الحملة المرغوبة.

وفيما يلي نماذج من الحملات السياحية المقترحة:

- حملة "مصر بيت العرب"، وهي تهدف لتشجيع السياحة العربية الوافدة من الدول العربية المختلفة، وهي اسم الحملة التي أطلقها وزير السياحة السابق «هشام زعزوع» واستهدف من خلالها جذب المزيد من السائحين العرب إلى «مصر».
- حملة لتشجيع السياحة الداخلية بترسيخ الوعي السياحي لدى الجمهور المصري وتشجيع القيام بالنشاط السياحي داخل الوطن.
- حملة للتوعية بالمحافظة على الآثار المصرية والمناطق التراثية والتاريخية والدعوة لإحياء التراث في هذه المناطق من خلال فعاليات ثقافية متنوعة.

- حملـة للحفـاظ عـلى البيئـة في «مـصر» والقيـام بسـياحة مسـئولة مـن خـلال الحفـاظ عـلى المـوارد الطبيعيـة والسـياحية الموجـودة والتوجـه لعمـل سـياحة خـضراء نظيفـة في كل المرافـق والأماكـن السـياحية للحفـاظ عـلى المـوارد المتاحـة الآن لتبقـى للأجيـال القادمـة.

د- عمـل فواصـل بـين الفقـرات: تتنـاول المحافظـات المصريـة المختلفـة والمناطـق السـياحية الموجـودة بهـا، مـع التركيـز عـلى المغريـات السـياحية الموجـودة في كل منطقـة ومـا تتميـز بـه عـن غيرهـا مـن المناطـق والعمـل عـلى بـث هـذه الفواصـل بـين الفقـرات البرامجيـة المختلفـة.

هــ- تشـجيع الأعـمال الدراميـة والأفـلام السـينمائية للتصويـر داخـل الأماكـن السـياحية المختلفـة، والتركيز قـدر الإمـكان عـلى المناطـق الجميلـة والنظيفـة، والبُعـد عـن المسـاوئ والسـلبيات والمظاهر السـلبية وعـدم تركيـز الضـوء عليهـا بالشـكل المبالـغ فيـه.

***

الفصل السابع

الصورة الإعلامية التلفزيونية

ودورها في تشكيل الصورة الذهنية عن المكان السياحي

تمهيد:

لابـد مـن الأخـذ في الاعتبـار, عنـد تحليـل المـادة التلفزيونيـة السـياحية المقدمـة, التركيـز عـلى رصـد الصـورة الإعلاميـة التـي تقـدم عـن الـدول والأماكـن المختلفـة والتـي ظهـرت بالبرامـج السـياحية وذلـك مـن خـلال رصـد الكلـمات والعبـارات التـي استُخدمت لوصـف هـذه الأماكـن والتـي مـن خـلال تكرارهـا تسـاعد عـلى رسـم صـورة إعلاميـة لهـذه الـدول، ومـع تكـرار هـذه الصـورة الإعلاميـة النمطيـة تتحـول إلى صـورة ذهنيـة منطبعـة عـن الـدول والشـعوب المختلفـة وبالتـالي قـد تسـهم بشـكل كبـير في جعـل السـائح يتخـذ قـراره بالسـفر لوجهـة معينـة دون غيرهـا.

ويتنـاول الفصـل الحـالي عرضًـا لبعـض العبـارات والكلـمات التـي وردت ببعـض البرامـج التلفزيونيـة المقدمـة في سـت قنـوات تلفزيونيـة عربيـة تابعـة لثـلاث دول عربيـة, وهـي «جمهوريـة مـصر العربيـة»، «المملكـة المغربيـة»، «المملكـة الأردنيـة الهاشـمية», والتـي اسـتخدمت لوصـف هـذه الـدول والأماكـن السـياحية بهـا.

الكلمات / العبارات البارزة لوصف الدول والأماكن:

تـم تقديـم هـذا العنـصر بشـكل كيفـي مـن خـلال ذكـر هـذه العبـارات أو الكلـمات بشـكل مفصـل، ومـا ورد في حلقـات البرامـج المختلفـة مـن ترويـج سـياحي لهـذه الـدول أو الأماكـن يمكـن مـن خلالـه عـرض صـورة إعلاميـة – إيجابيـة- عـن الدولـة أو المـكان المقـدم لتسـاهم بذلـك في عـرض وتكـرار هـذه الصـورة والترويـج لهـا، وبالتـالي تسـاهم في جعلهـا صـورة ذهنيـة في ذهـن المشـاهدين، وهـو مـا يُعـد مـن قـوة وسـائل الإعـلام وتأثيرهـا الممتـد عـلى فـترة زمنيـة طويلـة. وتقـدم الفئـة التاليـة لهـذا العنـصر بشـكل مفصـل لمـا ورد في قنـوات التلفزيـون محـل الدراسـة.

- ومــن خــلال هــذا العنــصر يتــم الاســتدلال بكلــمات أو عبــارات اســتُخدمت لوصــف المــكان أو الدولــة المقدَّمــة، وهــو مــا يقــدم بشــكلٍ خــاصٍّ في «البرامــج الســياحية»؛ حيــث يمكــن مــع تكــرار مضمــون هــذه العبــارات أو الكلــمات المســتخدمة - مــن خــلال حلقــات

البرنامج الدورية - أن تتعزز هذه الصورة الإعلامية من خلال الكلمات أو العبارات التي يتم التركيز عليها, وخاصةً إذا تم تكرار هذه العبارات والكلمات أكثر من مرة وعلى مدار حلقات مختلفة, مما يساهم في تكوين الصورة الإعلامية المطلوبة عن الدولة أو المكان المقدَّم. وفي الجزء التالي عرض لبعض العبارات أو الكلمات التي وردت في برامج مختلفة وفقًا لكل دولة على حدة سواءً كانت هذه العبارات مستخدمة لوصف الدولة ذاتها التابعة لها القناة أو لوصف دولة أخرى مقدمة من خلال مضمون البرنامج.

أ- «الفضائية المصرية»:

- برنامج «رحلة سعيدة»:

ورد في حلقة ١٢ يونيو ٢٠١٢: «الزائر لمتحف أم كلثوم سيعجب جدًّا بالمقتنيات الموجودة داخل المتحف على الرغم من صغر حجم المتحف إلا أن هذه المقتنيات جميلة جدًّا ومتعددة».

وورد في حلقة ٢٩ يوليو ٢٠١٢: «مسجد الرفاعي معروف عنه أنه مقبرة الملوك والأمراء بسبب أن فيه العديد من الملوك والأمراء من أسرة محمد علي باشا مدفونين داخل المسجد».

- برنامج «صور من الماضي»:

ورد في حلقة ٩ يونيو ٢٠١٢: «عدد من اللقطات التي تقدم أجمل وأروع ما صور لنهر النيل.. فجمال الطبيعة الخلاب الذي يحيط بالصورة وهذا الهدوء والجمال لا يكون إلا لنهر النيل».

وورد في حلقة ٢٥ يونيو ٢٠١٢: «الإسكندرية: قصر المنتزه أحد أجمل القصور الملكية المصرية».

في حلقـة أخـرى بتاريـخ ٢ يوليـو ٢٠١٢ ورد: « قـصر عابديـن العامـر»، «مـدى مـا كان عليـه مـن فخامـة ورغـد».

وفي حلقة يوم ٥ يوليو ٢٠١٢ ورد: «نهر النيل: واهب الحياة لأهل مصر».

ومـن حلقـة البرنامـج ذاتـه يـوم ٨ يوليـو ٢٠١٢ ورد: «تظـل لقطـات نهـر النيـل الخالـد دومًـا رمـزًا للرومانسـية والصفـاء والجـمال والسـكون وداعيـة للتوحيـد»، «أحـد أشـهر معـالم مـصر الفرعونيـة هـي الأهرامـات».

وفي حلقـة أخـرى مـن البرنامـج بتاريـخ ١٢ يوليـو ٢٠١٢ ورد: «متحـف الفنـان محمـود مختـار الـذي يعـد قبلـة لـدراسي الفنـون في مـصر وشـاهد عـلى فـترة تاريخيـة وسياسـية هامـة».

وفي حلقـة أخـرى مـن البرنامـج بتاريـخ ١٢ أغسـطس ٢٠١٢ ورد: «تاريـخ مـصر الممتلـئ بالتقاليـد والعـادات».

وفي حلقـة يـوم ٢٣ أغسـطس ٢٠١٢ ورد: «سـحر وجـمال الطبيعـة التـي حباهـا اللـه لمـصر وكانـت ولازالـت مصـدرًا مـن أهـم مصـادر دخلهـا».

وفي حلقـة يـوم ٢٦ أغسـطس مـن برنامـج «صـور مـن المـاضي» ورد: «أبـو الهـول: أحـد أهـم المـزارات السـياحية في العالم».

ومـن حلقـة يـوم ٢٩ أغسـطس مـن برنامـج «صـور مـن المـاضي» ورد: «في شـبرا.. قـصر محمـد عـلي بشـبرا والـذي يعـد مـن أجمـل القصـور الملكيـة».

- برنامج «يوم في مصر»:

ورد في حلقــة ٢٨ مايـو٢٠١٢ التـي تناولـت «سـوما بـاي»: «ندعـو كل محــبي الرياضـات المائيـة في العـالم أن يأتـوا إلى مـصر ويجربـوا هـذه الرياضـة.. رياضـة مـن أحســن الرياضـات وشـواطئ مـن أحسـن شـواطئ العـالم وهـواء موجـود ٣٦٠ يومًـا في السـنة».

سائح سويسري: «زرت مصر٦ مرات.. المكان رائع، والمصريون ودودون جدًّا، ونستمتع بوقتنا كثيرًا.. المكان هنا مناسب لممارسة الرياضات المائية وللسباحة، ويساعد على الاسترخاء، يمكنكم القيام بكل ما ترغبون فيه.. إنه مكان رائع ذو ثقافة مميزة».

سائح ألماني: «أحببنا المكان جدًّا، ونشعر بالأمان.. الطقس هنا رائع ولكن في ألمانيا الطقس شديد البرودة.. أعجبنا المكان هنا.. لقد أتينا ٣ مرات إلى هنا.. وبعد الثورة لم يتغير المصريون، وكل شيء رائع».

سائح ألماني: «سافرنا إلى أماكن حول العالم ولكن لم نجد بلدًا يضاهي مصر.. ونرجو ألا يخاف السياح من زيارة مصر؛ لأن كل شيء على ما يرام.. إنه مكان مذهل».

سائحة من ألمانيا: «زرت مصر ١٥ مرة.. أقضي فيها عطلتي مع عائلتي.. وسنأتي مرات أخرى كل عام.. وأتمنى أن يأتي الجميع إلى هنا للاستمتاع في هذا البلد الجميل».

سائح ألماني: «جئنا إلى سوما باي ١٤ مرة.. أعتقد أنه من أفضل الأماكن في العالم.. نأتي ثلاث مرات في السنة.. البحر هنا نظيف جدًّا.. إنه ليس كأوروبا، والطقس رائع ودافئ دائمًا».

في حلقة يوم ٩ يوليو ٢٠١٢ ورد: «على لسان سائح: إنها زيارتي رقم ٢٥ لمصر».

«وجود جزء اسمه محمية طبيعية ده بيضيف قيمة للمكان»، « نقدم للنزيل كل يوم أحسن مستوى خدمة ممكنة في كل تجربة وكل لحظة هو بيعشيها في الفندق من أكل، ومشروبات، وتجربة على الشاطئ، ونظافة الأوتيل، والشعور بالأمن والأمان داخل المنشأة».

وورد على لسان بعض السائحين الزائرين للفندق ما يلي:

سائحة فرنسية: «لقد استمتعت جدًّا في مصر وقضيت عطلة رائعة..المصريون رائعون جدًّا»

سائحة من صربيا: «لايوجد أي مشاكل هنا..لايوجد إرهاب ولا إرهابين وأنصح أي شخص بزيارة مصر في ظل الظروف الراهنة، ليس أنا فقط بل كل السائحين أيضًا، أشعر بالأمان دائمًا.. أستطيع أن أمشي بمفردي»

سائحة أخرى: «أنا سعيدة جدًّا لوجودي هنا إنها متعة بالنسبة لي.. أتمنى أن يأتي جميع السائحين إلى هنا.. إنها بلد جميلة..لقد ذهبت إلى القاهرة أيضًا ولم أنزعج أبدًا، ولم أشعر بأي انفلات أمني لذا لا أشعر بأي خطر».

سائح: «مصر بلد رائعة الجمال وأنا أثق في الشعب المصري الذي قام بالثورة ويجب علينا نحن – الأوروبيين- القيام بأمور كثيرة في بلادنا.. علينا أن نثق بأحدنا الآخر ليكون لكل شعوب العالم مستقبل مشرق»

سائحة: «مصر بلد جميلة حقًّا.. لاتوجد مشاكل كما يقال في التلفزيون الفرنسي..لايوجد أي خطر.. الناس هنا ودودون للغاية.. الطبيعة خلابة..ولقد أمضيت عطلة رائعة هنا.. الشعب المصري ليس عدائيًّا بل ودودًا تعالوا إلى مصر».

سائحة: «أوكد لكم أن مصر آمنة..لذا أنصح كل الفرنسيين بزيارة مصر..لايوجد خطر».

سائح: «أنا مستمتع جدًّا بهذه الرحلة.. أشعر أن هذا وطني الثاني.. الطبيعة رائعة الجمال».

وفي حلقة برنامج «يوم في مصر» بتاريخ ٢٨ يوليو ٢٠١٢ والتي تحدثت عن «سوما باي» ورد: «سوما باي مكان جميل لأن به بحرًا جميلًا وشمسًا دافئة».

سـائح اسـتكلندي: «جئنـا إلى سـوما بـاي بسـبب الشـاطئ الجميـل ولمشـاهدة أفضـل الشـعاب المرجانيـة في العالم..الشـعب المـصري هـو مـن أفضـل الشـعوب عـلى مسـتوى العـالم، وهـذا المـكان هـو الأفضـل عـلى الإطـلاق».

سـائح ألمـاني: «سـوما بـاي مـكان مذهـل آمـن وهـادئ، إنـه مـكان نظيـف للغايـة.. لقـد جئنـا إلى هنـا عـدة مـرات وسـوف نـأتي مجـددًا».

«مـصر مـن أحسـن الأماكـن في رياضـة الـشراع والــ Windsurf ومشـهورة مـن أكـثر ثلاثـة أماكـن في العـالم زي: مـاوي، تينيريفـة في أسـبانيا، وهنـا عندنـا سـفاجا أو البحـر الأحمـر».

سـائح أجنبـي: «مـكان مناسـب لـكل العائلـة...إن هـذا المـكان هـو الأكـثر أمانًـا عـلى الإطلاق..نحـن نـأتي إلى هنـا منـذ حـوالي سـبع سـنوات ولم نواجـه أي مشـكلة أبـدًا وسـنظل نـأتي إلى هنـا دائمًـا».

سائحة أجنبية: «مصر بلد مذهلة والشعب المصري ودود جدًّا».

ومـن حلقـة «يـوم في مـصر» بتاريـخ ٤ أغسـطس ٢٠١٢ ورد: «مـرسى علم..الشـاطئ منظـره خـلاب، المـكان هنـا جميـل ونشـعر بالأمـان التـام».

سائح أجنبي: « الجو دافئ دائمًا..كل شيء هنا رائع».

سـائح ألمـاني: «نحـب زيـارة مصر..المـكان هنـا آمـن جـدًّا..لم يتغـير أي شيء بالنسـبة للسـائح عـلى حـد علمـي وأنـا أنصـح الجميـع في أوروبـا بزيـارة مـصر؛ لأن المـكان هنـا جميـل وآمـن ولايوجـد داعـي للقلق..يجـب علينـا زيـارة مـصر لتدعيـم السـياحة..أعتقد أن هـذا المـكان مـن أفضـل خمسـة أماكـن عـلى مسـتوى العـالم».

سـائح ألمـاني آخـر: «نشـعر بالراحـة والأمـان هنـا في مـصر وننصـح الجميـع بزيـارة مـصر وقضـاء عطلاتهـم بهـا»، وسـائح فرنـسي: «مـصر بلـد مضيافـة لايوجـد أي خطـر».

- برنامج «بلاد طيبة»:

في حلقة البرنامج بتاريخ ٣ يونيو ٢٠١٢ ورد: «تعد بلادنا - مصر - واحدة من البلدان المتميزة بغنى وتنوع موروثها الثقافي.. فهي - وبحق - متحف للتراث من أقصاها إلى أقصاها.. ولِما لهذا التراث من أهمية بالغة باعتباره ذاكرة الأمة تتعاظم أهمية الحفاظ عليه واستثماره بالطريقة المثلى»، «السياحة الثقافية تعد في مقدمة هذا الاستثمار؛ حيث ترتكز صناعة السياحة بشكل أساسي على التراث الثقافي»، «تعد السياحة الثقافية والأثرية من أهم وأقدم أنواع السياحة في مصر؛ إذ إن مصر بها العديد من الآثار الفرعونية واليونانية والرومانية والمتاحف».

وذُكر على لسان سائح ألماني: «مصر بلد غنية جدًّا بحضارتها وأهلها.. ودودون جدًّا.. مصر تعتبر بلدًا لطيفًا للإجازات».

وفي حلقة ١ يوليو ٢٠١٢ ورد: «مصر معروف أنها من أكثر دول العالم حضارة، ثقافة، تاريخ، تراث، فكر، وكان لها السبق في أشياء كثيرة جدًّا، منها السياحة.. عندنا تنوع كبير جدًّا في المنتج السياحي، والأجمل منه عندنا البشر أو الكوادر البشرية التي تُدير كل هذه الأمور»، «تتمتع مصر - كمقصد سياحي - بتنوع مجالات السياحة، والتي من أهمها السياحة الثقافية والأثرية باعتبارها من أقدم أنواع السياحة في مصر من حيث الحضارات القديمة الماثلة للعيان، وتنطق بما كانت عليه الأمم التي شيدت تلك الحضارات منذ فجر التاريخ»، «سياحة مراكز الغوص أصبحت الآن تلقى رواجًا كبيرًا».

سائحة أجنبية: «شرم الشيخ هي أجمل مدينة بمصر لِما بها من بحر ساحر».

في حلقة برنامج «بلاد طيبة» بتاريخ ٧ مايو ٢٠١٢ ورد: «مصر فيها دفء العلاقات الإنسانية».

ومن حلقة يوم ٢٧ مايو ٢٠١٢ من البرنامج ورد: «الأقصر: عاصمة الآثار العالمية».

ومن حلقة برنامج «بلاد طيبة» بتاريخ ٣٠ يوليو ٢٠١٢ ورد: «أسوان الطبيعة الخلابة والنيل الأزرق»، وعلى لسان أ/ مجدي سليم رئيس قطاع السياحة الداخلية بهيئة تنشيط السياحة: «أسوان مدينة حالمة بكل المقاييس من أجمل البقاع عندنا في مصر.. وأنا بعتبرها من أجمل البقاع في الدنيا».

وقال أ/ عبد الحكيم حسين مدير مكتب هيئة تنشيط السياحة بأسوان: «النيل في أسوان له طبيعة خاصة تمامًا»، «مصر لها جو مختلف جدًّا خلال شهر رمضان».

وعلى لسان الكاتب الصحفي عادل شرف الدين: «نملك كل مقومات السياحة من جو، من صحراء، من شواطئ، عندنا ٢٠٠٠ كم شواطئ، عندنا بحيرات لم تستغل، واخدين كذا خط عرض، جونا كله منتظم..عندنا سياحة السفاري».

وفي حلقة يوم ١٣ أغسطس ٢٠١٢ ورد على لسان أ/ أشرف الصحصاح عضو الاتحاد المصري للغرف السياحية: «السياحة الدينية في مصر حدث ولاحرج..أماكن كثيرة جدًّا وأماكن أكثر من رائعة وممتازة وكفيلة بأنها تعمل جذب سياحي للعالم كله خارجيًّا وداخليًّا»، «مسجد عمرو بن العاص من المساجد العملاقة على مستوى العالم العربي كله والعالم الإسلامي».

ومن البرنامج ذاته حلقة يوم ٢٠ أغسطس ٢٠١٢ ورد: «مصر على طول تتمتع بمقومات سياحية متميزة..مدينة الغردقة أصبحت أكبر المنتجعات السياحية في مصر، وأصبحت مركزًا بحريًّا عالميًّا»، وعلى لسان د/ مجدي صالح رئيس مجلس إدارة غرفة شركات السياحة بالبحر الأحمر ورد: «نجد عجائب تحت الماء والتي تعتبر الأولى على مستوى العالم».

سائحة أجنبية: «مصر بلد ساحر ورائع».

وفي ذات الحلقة بتاريخ يوم ٢٠ أغسطس ورد: «مدينة الغردقة..أكبر المنتجعات السياحية في مصر..وتعتبر مركزًا بحريًّا عالميًّا».

كما ورد في حلقة يوم ٢٦ أغسطس من برنامج «بلاد طيبة»: «مصر كلها تقريبًا مقصد سياحي كبير أو متحف مفتوح «، «مدينة الأقصر مدينة التاريخ والحضارة في العالم»، «محمية رأس محمد تعد من أجمل وأروع بقاع الأرض على الإطلاق لما لها من كنوز طبيعية وبحرية وبرية»، «للرحلات النيلية مذاق وسحر خاص على صفحة النيل»، «رحلة استجمام وتأمل في جمال الطبيعة وسحر التاريخ».

- برنامج «مصر أرض الجمال»:

وفي حلقة ٤ يونيو ٢٠١٢ والتي تناولت منطقة «دهب» ورد: «دهب: قرية بدوية من أجمل مدن البحر الأحمر، تعد مقصدًا للراغبين في الاستمتاع بأشعة الشمس على الشاطئ الساحر، والاسترخاء في جو من السكينة والهدوء.. دهب بلد سياحي جميل فيه أشياء كثيرة جدًّا وليس Diving فقط.. فيها رحلات سفاري.. أشياء كثيرة للـ Families وكل أنواع السياحة».

وفي حلقة ٢٧ أغسطس ٢٠١٢ من البرنامج ورد: «السياحة البيئية الصحراوية في مصر.. إن السياحة البيئية هي سوق واعدة كصناعة حقيقية عالمية تقدر بمئات الملايين من الدولارات.. حيث تتميز مصر بامتلاكها للتراث الطبيعي والحضاري والثقافي والمناخ المعتدل طوال العام وأصالة الشعب والتاريخ وتنوع المقاصد السياحية التي لا تدانيها مواقع أخرى في العالم»، «شعب له تاريخ يبعث على الفخر»، «أرض التراث».

- برنامج «شروق وغروب»:

في حلقة يوم ١٠ أغسطس ٢٠١٢ ورد: «.. ويبقى الأزهر منارة للإسلام وقبلة للمسلمين في شتى بقاع الأرض.. مدينة القاهرة رابعة العواصم الإسلامية في مصر».

- برنامج «اكتشف مصر»:

وفي حلقة البرنامج التي تناولت الحديث عن «محمية إبرق» بتاريخ ١٣ مايو ٢٠١٢

ورد: «محمية أبرق الطبيعية.. البقعة البكر من أرض مصر.. تضفي على المنطقة سحرًا خاصًا تجعل منها منطقة جذب سياحي كبير».

ب- قناة «الحياة»:

- برنامج «أرض الأنبياء»:

في حلقة يوم ١٤ يونيو ذكر البرنامج: «مكة المكرمة.. مدينة لم تنقطع فيها الحياة والحضارة والعمران منذ ٤٠٠٠ سنة»، «لتصبح أكثر مدن الأرض استقطابًا للبشر تهوي إليها أفئدتهم من كل مكان».

وفي حلقة يوم ٦ يوليو ٢٠١٢ ورد في البرنامج: «العراق أو بلاد ما بين النهرين.. هذا البلد الضارب في أعماق التاريخ كان مهدًا لأقدم الحضارات الإنسانية.. فموارده الفخمة جعلته يستقطب أكبر الهجرات البشرية من جزيرة العرب»، «في شمالي سوريا بلدة تقع بين مدينتي حماة وإدلب تسمى «خان شيخون»، وهي تقع في منطقة تاريخية فيها آثار تعود لنحو ٥٠٠٠ سنة».

في حلقة يوم ٤ مايو من برنامج «أرض الأنبياء» ورد: «مكة المكرمة..أقدس وأطهر بقعة على الأرض، ومحج الأنبياء، ومهوى أفئدة الملايين، ومهبط وحاضرة المسجد الحرام، وموطن آخر الرسل والأنبياء محمد بن عبدالله صلوات الله وسلامه عليه».

وفي حلقة يوم ٦ مايو ٢٠١٢ ورد: «القدس: واحدة من أقدس مدن العالم».

وورد عن القدس أيضًا في حلقة يوم ١٨ مايو ٢٠١٢: «القدس..قبلة المسلمين الأولى وثاني أطهر وأقدس بقعة على وجه الأرض بعد مكة المكرمة».

وفي حلقة ١٢ يونيو ذكر البرنامج «مدينة سيئون في اليمن – والتي هاجر إليها نبي الله صالح عليه السلام- تحفة معمارية فريدة لذلك يسمونها عروس وادي حضرموت وهي تشتهر بجمالها وسكينتها وسط سلسلة من الجبال وتتميز بنمطها المعماري الفريد ومبانيها الأنيقة التي يعود بعضها إلى عصور قديمة»، «مساجدها ذات الطراز

المعـماري الفريـد»، «وموقـع قـبر صالـح - عليـه السـلام- لـه أهميـة كبـيرة لـدى سـكان المناطـق المجـاورة في حضرمـوت وهـم يزورونـه لأسـباب كثـيرة دينيـة واجتماعيـة».

وورد في حلقـة ١٣ يونيـو ٢٠١٢ مـا يـلي: «مدينـة أور الأثريـة في جنـوبي العـراق»، «وتـرك إبراهيـم -عليـه السـلام- أثـرًا خالـدًا أمرنـا باتخـاذه مصـلى وهـو مقـام إبراهيـم وسـيظل مـع الكعبـة شـاهدًا يذكـر الأجيـال بمـا قـام بـه هـذا النبـي العظيـم».

وفي حلقـة يـوم ١٧ يوليـو ٢٠١٢ ورد في البرنامـج: «بلـدان قليلـة في هـذا العـالم صنعـت تاريـخ البشريـة عـلى أرضها..مـصر واحـدة منهـا إن لم تكـن في مقدمتهـا.. فـما نـراه عـلى أرضهـا مـن شـواهد التاريـخ والحضـارة يعـود إلى أكـثر مـن ٧٠٠٠سـنة، موقعهـا سـاهم في تعزيـز أدائهـا الحضـاري وجعـل أرضهـا ميدانًـا لتفاعـل الشـعوب والثقافـات والحضـارات»، «النيـل شريـان الحيـاة في مصر..عـلى أطرافـه شـواهد العمـران القديمـة والحديثـة».

ج- «الفضائية المغربية»:

- برنامج «أمودو»:

ورد في حلقـة ١١ مايـو ٢٠١٢ التـي تناولـت موضـوع «إفـران الأطلـس الصغـير: أرض التعايـش» كلـمات مثـل «إفـران الحضـارة، إفـران التاريـخ»، وبعـض العبـارات مثـل: «إفـران العمـران.. إفـران التـي تزخـر بمآثـر تاريخيـة وحضاريـة وثقافيـة مختلفـة.. بقصورهـا وقصباتهـا ومدارسـها العتيقـة.. بمؤهلاتهـا الطبيعيـة والبشريـة.. بموقـع اسـتراتيجي جعـل منهـا ممـرًا لتجـارة القوافـل ومقصـدًا لـكل القبائـل.. أرض خصبـة جـوادة، وعيـون عذبـة فياضـة، ومناجـم تضـم أرحامهـا كل الخـيرات والفضائـل، فكانـت وجهـة للعديـد مـن الهجـرات البشريـة إفريقيـة، يهوديـة، مغربيـة»، «إن المغـرب أرض نموذجيـة لحـوار الثقافـات والحضـارات والأديـان».

ومـن حلقـة ١ يونيـو ٢٠١٢ ورد في حلقـة «أيسـلندا: بلـد الجليـد والنـار» مـا يـلي: «تعتـبر أيسـلندا مـن أكـثر المناطـق جذبًـا للسـياح في العـالم، فلافتقارهـا للمـوارد جعلـت

مـن تضاريسـها الخلابـة وبحيراتهـا ومجاريهـا المائيـة وجناتهـا الطبيعيـة مـوردًا رئيسـيًّا تعـزز بـه اقتصادهـا، فصـارت مـن أهـم البلـدان السـياحية»، «بلـد جميـل ومضيـاف وناسـه طيبـون»، « بلـد يحـترم الثقافـات ويسـوي بـين الرجـال والإنـاث»، «لتصبـح أيسـلندا مـن أرقـى وأغنـى وأجمـل البلـدان».

مـن حلقـة يـوم ١٦ يونيـو ٢٠١٢ والتـي كانـت بعنـوان: «جهـة وادي الذهـب الكويـرة: مـن وحـي الصحـراء» ورد مـا يـلي: «سـير الرمـال وزحفهـا يكـون منظـرًا طبيعيًّـا أخـاذًا يغـري بالمشـاهدة والسـفر إلى هـذه البقـاع»، «في المغـرب هنـاك مجموعـة مـن القبـلات السـياحية مهمـة للسـياح بمـا في ذلـك أغاديـر، ومراكـش، وورزازات»، «إذا كانـت أغاديـر محطـة شـاطئية تعـرف تدفـق مهـم للسـياح الأجانـب»، «في الداخلـة ٣ وجهـات تـشرف عـلى المحيـط الأطلـسي تجعلنـا قبلـة سـياحية وتقـدم المنتـوج للسـياحة الشـاطئية بامتيـاز»، «إن جهـة وادي الذهـب الكويـرة موسـوعة للعلـم والفـن والتاريـخ لـذا بـات مـن الواجـب الإسراع لإيجـاد اسـتراتيجيات تهتـم بالإمكانيـات المحليـة وتعيـد الاعتبـار للمواقـع الصحروايـة وذلـك مـن أجـل تحقيـق تنميـة منسـجمة عقلانيـة».

ومـن حلقـة برنامـج «أمـودو» بتاريـخ ٢٥ يونيـو ٢٠١٢ التـي تحدثـت عـن «ورزازات» وكانـت بعنـوان «هوليـوود أفريقيـا» ورد التـالي: «حـاضرة السـياحة الجبليـة والصحروايـة وجعلهـا قبلـة للعديـد مـن السـينمائين العالميـين لتتربـع عـلى عـرش السـينما المغربيـة بـل الأفريقيـة جمعـاء لتلقـب بهوليـود أفريقيـا»، «لتصبـح ورزازات قبلـة لهـواة المناظـر الطبيعيـة ورواد الفـن السـابع، أنشـئ فيهـا اسـتوديوهات التصويـر الداخـلي لتصبـح ورزازات إحـدى أغنـى فضـاءات التصويـر الخارجيـة الطبيعية..وفضـاءات التصويـر الداخليـة الصناعيـة»، «قبلـة لكبـار المنتجـين والمخرجـين السـينمائين».

وفي برنامـج «أمـودو» حلقـة يـوم ١٦ يوليـو ٢٠١٢ والتـي كانـت بعنـوان: «إفـران الأطلـس الصغـير.. السـفر الثالـث» ورد: «وادي إفـران:وادي الأدباء».

ومـن حلقـة برنامـج «أمـودو» بتاريـخ ١٦ أغسـطس ٢٠١٢ ورد:» تـازكا: منطقـة يفـوح منهـا عبـق التاريـخ والقدم..بوابـة إلى الـشرق ومعـبر إلى الغـرب».

- برنامج «إشراك»:

في حلقـة ١٢ يونيـو ٢٠١٢ ورد مـا يـلي مـن عبـارات لوصـف مدينـة «إفـران المغربيـة» مثـل: «مـكان إفـران الغنـي بالطبيعـة والغابـات، وهـو «أحـلى» مـا يمكـن أن يـراه النـاس بمدينـة إفـران ومناطقهـا.. مدينـة مشـهورة بالسـياحة الجبليـة.. إفـران مدينـة يقصدهـا الجميـع مـن كل المناطـق لأنهم يجـدون فيها راحـةً خاصـة بتوفـر الهـواء النقـي والطبيعـة وكل مـا يحتـاج إليـه الإنسـان مـن حدائـق وميـاه ومنابـع وأشـجار.. مسـاكنها مضيافـة لزوارهـا مـن داخـل المغـرب وخارجهـا»، «السـياحة الآن بمنطقـة إفـران ككل مزدهـرة يزورهـا عـدد كبـير مـن المغاربـة مـن مختلـف المناطـق خاصـة خـلال فصـل الصيـف.. إفـران تعـرف كثافـة سـياحية كبـيرة»، «عنـد تسـاقط الثلـوج تبـدو إفـران كعـروس في حلـة بيضـاء»، «سـويسرا الصغـيرة»، «ضيوفهـا المفتونـون بجمالهـا».

وورد في البرنامـج يـوم ١٠ يوليـو ٢٠١٢ مـا يـلي: «وادي إمليـل واد جميـل يقصـده النـاس في فصـل الصيـف»، «يتواجـد وادي إمليـل ووادي إمنـان ووادي تاشـديرت بمنطقـة سـياحية بالدرجـة الأولى، لكـن يجـب المحافظـة عـلى هـذا الـوادي مـن التلـوث البيئـي، تلـوث المـاء وتلـوث الأرض»، «يتوافـد الكثـير مـن السـياح عـلى وادي إمليـل لجـمال طبيعتـه، ويسـتهلكون منتجاتهـا مـن الصناعـة التقليديـة والمـواد الفلاحيـة كالجـوز والخـوخ والتفـاح، إلا أنهـا منطقـة مهـددة بالتلـوث ومـن ندرة الميـاه في فصـل الصيـف».

- برنامج «كلوري»:

في حلقة البرنامج بتاريخ٢١ مايو ٢٠١٢ ورد: «طنجة.. مدينة التعايش بين كل الأجناس».

ورد في حلقة البرنامج بتاريخ ٢٨ مايو ٢٠١٢ ما يلي: «اسم المغرب يمكن أن يدون في اللائحة الضيقة للبلدان الجميلة في الكرة الأرضية, لأن عندنا طبيعة جميلة جدًّا.. بحار ممتدة على طول كيلومترات.. سلاسل جبلية هائلة.. صحراء مغربية غنية جدًّا.. وكذلك مجموعة من المدن السياحية والتاريخية التي نفتخر بها، وطقس جميل على طول السنة في العديد من المناطق»، «المنظر الطبيعي الأخاذ «هضبة لوريكا»، «هذه السيمفونية الطبيعية توفر أجواءً رومانسية وتجعل جمال الطبيعة في قلب الحدث»، «يعتبر المغرب من أجمل بلاد المتوسط».

من برنامج «كلوري» حلقة يوم ١١ يونيو ٢٠١٢ ورد: «مراكش: المدينة الحمراء جميلة جدًّا.. والمناطق المحيطة بها أجمل»، «المغرب معروف بجماله وبقيمة مدنه التاريخية، بلد أسراره كثيرة وأبوابه مفتوحة وطموحاته كبيرة على المستويين الاقتصادي والسياحي».

وفي حلقة أخرى بتاريخ ١٨ يونيو ٢٠١٢ وعند الحديث عن ميناء «طنجة» المغربي وردت بعض العبارات مثل: «ميناء طنجة المتوسطي يحتل المرتبة العاشرة عالميًّا – إن شاء الله- وهذه كلها رغبة من المملكة في الرقي بمستوى أقاليمها الشمالية»، «ميناء طنجة المتوسطي هو ميناء جميع الأرقام القياسية فهو الأكبر والأكثر تطورًا في أفريقيا وهو كذلك الأقرب إلى أوروبا.. ميناء جاء تعبيرًا عن رغبة سياسية وإرادة شعبية لكي يرقى المغرب إلى مصاف الدول القادرة على التنافس»، «السفر فوق الباخرة هو متعة لامثيل لها خصوصًا وإن الشركات الناقلة تشتغل بجد لكي توفر ظروف عيش لائقة للمسافرين خصوصًا إذا كان السفر طويلًا.. جيش من المستخدمين يشتغلون ليل نهار من أجل توفير الراحة للمسافرين».

وفي حلقة «كلوري» بتاريخ ٩ يوليو ٢٠١٢ ورد: «طول سواحل المغرب ما بين الأطلسي والمتوسط يصل إلى ٣٥٠٠ كم وهو ما يجعل هذا البلد محطة تشتهر وتزدهر بها الرياضات المائية»، «الصويرة هي مدينة الرياضات المائية بامتياز..رياحها وجمال أمواجها يجعلانها وجهة للعديد من هواة المغامرة».

وفي حلقة يوم ١٦ يوليو ٢٠١٢ ورد عن «دولة البرتغال» ما يلي: « مدينة بورتو في البرتغال: الكل في هذه المدينة يفتخر بتاريخها وجمالها»، «غنى التاريخ البرتغالي».

وفي حلقة ٢٧ أغسطس ٢٠١٢ ورد: «الصويرة..مدينة مغربية جميلة».

- برنامج «أطلس المغرب»:

في حلقة البرنامج بتاريخ ١٥ مايو ٢٠١٢ ورد ما يلي: «هذه مدينة فاس التي يعتبرها المؤرخون والأخباريون إحدى أقدم الحواضر في بلاد الغرب الإسلامي، وتاريخ مدينة فاس يَختزل في الكثير من جوانبه تاريخ المغرب الأقصى ومنطقة الغرب الإسلامي بصفة عامة»، «فاس: أهميتها التاريخية والحضارية والسياسية»، «يمكن أن تقول دون أي مبالغة إنها تعتبر متحفًا حيًّا للتراث المغربي بشكل عام»، «اثنا عشر قرنًا على تأسيس مدينة فاس»، «جامعة القرويين بفاس هي من أقدم الجامعات في العالم التي لازال التدريس فيها مستمرًّا منذ بدايتها»، «مدينة التعايش»، و«المدارس العتيقة».

- برنامج «كانال أطلس»:

في حلقة البرنامج بتاريخ ١٤ يوليو ٢٠١٢ ورد: «السعيدية.. المدينة الساحرة التي أصبحت تغري بالمقام فيها ولو لشهرٍ واحد»، «جميع الشروط متوفرة هنا لتمضية عطلة صيفية ممتعة.. شروط طبيعية من مناخ وساحل بالإضافة إلى شروط أخرى سياحية جد جيدة وخدمات عالية الجودة وبِنية تحتية سهلت على زائري هذه المدينة الوصول في أقل مدة وفي ظروف ملائمة»، «جميع المدن هنا في المغرب مزيانة والحمد لله»، «البلاد ديالنا يشجعوا الاستثمارات».

في حلقة يوم ٩ يونيو ٢٠١٢ من البرنامج ورد ما يلي:» تصنيف الجديدة تراثًا إنسانيًّا عالميًّا .. وأصبحت الجديدة خامس مدينة مغربية تحظى بهذا التصنيف بعد كل من فاس، ومكناس، وتطوان، ومراكش، والصويرة»، «أما السياح الأجانب فيقصدون الجديدة طلبًا للهدوء والراحة والابتعاد عن صخب المدن الكبرى»، «إقليم الجديدة

يزخـر بإمكانيـات ومؤهـلات سـياحية هامـة وهـو مـا يجعلهـا وجهـة سـياحية متميـزة»، «كـما أن الإقليـم يطمـح أن يصـير وجهـة سـياحية متميـزة عـلى الصعيديـن الوطنـي والـدولي»، «الجديـدة التـي كانـت ولازالـت تغـري بشـواطئها وبسـاطة سـكانها ورحابـة صدورهـم والسـهر الـذي يمتـد لحـدود السـاعات الأولى مـن الصبـاح وتمـازج العائـلات الزائـرة مـع العائـلات القاطنـة في بوتقـة واحـدة».

ومـن البرنامـج في حلقـة ١٦ يونيـو ٢٠١٢ ورد مـا يـلي: «الجديـدة: المدينـة الجميلـة التي لهـا فضاءات خاصـة ملائمـة للأنشـطة»، «الجديـدة كجوهـرة للمحيـط بنيـت في جـذور الثقافـة ومـن أعـماق الثقافـة وفيهـا عبـق زاخـر بالتاريـخ».

- برنامج «المغرب بين يديك»:

مـن حلقـة يـوم ١٧ يوليـو ٢٠١٢ وفي حلقـة «ميراالفـت» ورد مـا يـلي: «أعجوبـة الجنـوب: ميراالفـت الصـورة الحقيقيـة للمغـرب»، «مناظـر البحـر الممتـد عـلى شريـط واسـع مـن الأرض الحافلـة بأنـواع شـتى مـن التضاريـس الجميلـة»، «لا يملـك المـرء نفسـه مـن التهليـل لآيـات الجـمال الطبيعـي»، «تتناغـم فيهـا الحداثـة والأصالـة»، «تهـدي مفاتنهـا للزائـر.. تحولـه إلى فنـان وشـاعر وتغـذي كوامـن النفـس بمـا لا نهايـة لـه مـن أصنـاف الطاقـة الروحيـة»، «ميراالفـت قريـة سـياحية مهمـة ذات صبغـة تقليديـة»، «يزورهـا عـدد مـن الـزوار الأجانـب وكذلـك السـياح الوطنيـون»، «بفضـل الزيـارات المتكـررة مـن الأجانب أخـذت قفـزة مهمـة في السـياحة بحيـث إنهـا توجـد بجـوار مدينـة أغاديـر التـي هـي قطـب سـياحي عـلى الصعيـد الوطنـي والعالمـي»، «ميراالفـت هـذا العـام أخـذت انطلاقـة مهمـة فيـما يخـص الترتيبـات السـياحية»، «وكذلـك المواطنـون المغاربـة يزورونهـا كـما يزروهـا الأجانـب»، وعـلى لسـان سـائح فرنـسي يقـول: «أبحـث عـن حيـاة هادئـة والسـكينة التـي وجدتهـا هنـا.. النـاس أصليـون وهـم مسـتعدون لمنحك الكثـير، وهـذه خصلـة عندهـم»، «البيئـة العـذراء.. الأطبـاق التقليديـة.. الاسـتقبال.. الأمـن.. جـو الصداقـة التـي قليـلًا مـا نجدهـا في أوروبـا»، «شـاطئ بكـر مـن يكتشـفه لـن يتـواني عـن زيارتـه بـين الفينـة

والأخـرى»، «ميراالفـت لهـا خصائـص طبيعيـة أهمهـا الشـاطئ الـذي يبلـغ طولـه٣ كـم»، «الطقـس جميـل وعـلى مقربـة مـن جـزر الكنـاري ولدينـا لطافـة النـاس».

وفي حلقـة يـوم ٣٠ أغسـطس ٢٠١٢ ورد: «المغـرب مـن أجمـل البلـدان.. وجنـوب المغـرب هـو مـن المواقـع الخلابـة في العـالم».

في حلقـة برنامـج «المغـرب بـين يديـك» بتاريـخ ٨ يونيـو ٢٠١٢ والتـي كانـت بعنـوان «سـتي فاطمة» ورد: «أوريكا..حـول محيـط هـذه المنطقـة الخلابـة يمكنـك استنشـاق هـواء الطبيعـة الأخاذ».

وفي حلقـة البرنامـج بتاريـخ ١٠ يوليـو ٢٠١٢ وكانـت بعنـوان «رحلـة الجنـوب» ورد: عـلى لسـان سـائحة فرنسـية: «اخـترت المغـرب لأنـه بلـد جميل..قمنـا بجولـة عجيبـة.. وصلنـا إلى الـدار البيضـاء ثـم أخذنـا الطائـرة إلى مراكـش وبعـد ذلـك إلى ورزازات..وهـذا شيء أسـطوري بالنسـبة لنا..لأننـا عـلى أبـواب الصحراء..لقـد مررنـا بمناظـر جميلـة وقـرى مبنيـة بالـتراب ثـم ركبنـا السـيارة ومشـينا في الصحـراء عـلى الجـمال»، «الـكل متواضـع». سـائح فرنـسي: «المـكان جميـل وخـالٍ، والسـماء ممتلئـة بالنجـوم».

«أجمـل منتجـع يمكـن أن يتصـوره عقـل الإنسـان..أنت تستنشـق هـواءً صافيًـا»، «الجنـوب المغـربي الخـلاب»، «جـمال يبهـر الأبصـار»، «رحلتنـا في الجنـوب. إنهـا حقًّـا أمتـع لحظـات السـفر».

وعـلى لسـان منظـم رحـلات قـال: «يـزورون هـذه المناطـق التـي هـي مـن أجمـل المناطـق ليـس فقـط بالمغـرب.. في العـالم كلـه».

وفي حلقـة «المغـرب بـين يديـك» حلقـة يـوم ١٩ يوليـو ٢٠١٢ عـن مدينـة «أوكيمـدن» المغربيـة: «أوكيمـدن واحـدة مـن الأمكنـة التـي تسـتقطب الآلاف مـن السـياح المغاربـة والأجانـب»، «أجمـل مـا في طريـق جبـل أوكيمـدن انفراجاتهـا المثـيرة بمناظرهـا الخلابـة»، «سـحر وبهـاء هـذه الطبيعـة الخلابـة»، «هنـا كل شيء يدخـل السـرور إلى القلـب»، «السـماء

الصافية..الشـمس السـاطعة..والثلج الناصـع البيـاض..كل هـذه المؤهـلات يمكـن أن تجعـل الإنسـان في راحـة تامة..وهـذه المؤهـلات الفريـدة مـن نوعهـا تجعـل أيضًـا مـن محطـة أوكيمـدن منطقـة سـياحية رائعـة ومتميـزة»، «مقومـات صنعتهـا الطبيعـة وصاغتهـا يـد الإنسـان وكلـما اقتحمـت هـذه المنطقـة تشـعر بالإعجـاب والانبهـار لما تنفـرد بـه هـذه المنطقـة مـن جـمال وسـحر فـلا تـتردد في زيارتهـا»، «أوكيمدن..فضـاء طبيعـي يسـحر زائـره بجمالـه الأخـاذ الفريـد مـن نوعـه».

- برنامج «توبقال»:

في برنامـج «توبقـال» حلقـة يـوم ٢٧ يونيـو ٢٠١٢ ورد: «زاكـورة.. تتميـز بواحاتهـا السـاحرة وقصورها القديمـة»، «يمثـل كذلـك القطـاع السـياحي العمـود الرئيـسي لاقتصـاد المنطقـة بسـبب المؤهـلات الكبـيرة.. جـو مشـمس، الواجهـة الطويلـة عـلى المحيـط الأطلـسي وسـط سلسـلتين جبليتـين وكذلـك وديـان رائعـة، وكثبـان رمليـة، بجعلهـا مؤهـلات تجعـل وجهـة سـوس ماسـة درعـا لتكـون الوجهـة السـياحية الأولى في المغـرب».

ومن حلقة ٣ يوليو ٢٠١٢ ورد: «محاميد الغزلان مكان عنده تاريخ عريق»، «المدينة الرملية».

في حلقـة يـوم ١٤ مايـو ٢٠١٢ تناولـت الحديـث عـن مدينـة «طاطـا» المغربيـة ورد: «طاطـا: تـراث أثـري غنـي شـاهد عـلى حضـارة متميـزة عاشـت آلاف السـنين»، «تنـوع بيولوجـي عجيب..عمـل عـلى جعـل المنطقـة حديقـة وطنيـة للسـياحة البيئيـة».

ومـن حلقـة يـوم ١ يونيـو ٢٠١٢ ورد: «هـذه المنطقـة هـي مـن أجمـل وأهـم المناطـق المغربيـة التـي تسـتقطب السـياح وخاصـة محبـي التجـول والرياضـة والتسـوق والباحثـين عـن فضـاءات طبيعيـة مميـزة، تعتـبر جوهـرة طبيعيـة ..مدينـة مراكـش واحـدة مـن أهـم المراكـز الثقافيـة والفنيـة والاقتصاديـة في العـالم الإسـلامي».

«منطقـة تعتـبر مـن أجمـل المناطـق المتواجـدة بجنـوب المغرب..منطقـة فريـدة مـن نوعها..هـي مضايـق تـودرا».

ومن حلقة ٢٧ أغسطس ٢٠١٢ ورد: «الطبيعة النادرة في ورزازات».

د- قناة «ميدي ١سات»:

- برنامج «نظرة على العالم»:

ورد في حلقة ٣ مايو ٢٠١٢ «موريتانيا.. بلد المليون شاعر».

وورد في حلقـة البرنامـج بتاريـخ ١٧ مايـو ٢٠١٢ والتـي تناولـت الحديـث عـن «اليمـن» مـا يـلي: «أحـد أعـرق المـدن التاريخيـة في شـبه الجزيـرة العربيـة»، و»صنعـاء القديمـة»، و»حضـارة اليمـن الأولى منـذ أكـثر مـن ٢٠٠٠ سـنة»، و»نظـم الشـعراء فيهـا القصائـد، وتغنـى بهـا المطربـون، رسـمها الفنانـون في لوحاتهـم بعـد أن أتقـن بُناتهـا صنعتهـا فسـميت صنعـاء»، «المدينـة العريقـة.. أسرار سـحرها الفريـد»، و»عبـق التاريـخ وعراقـة المـكان وأصالـة الإنسـان تجمعـت هنـا لتجعل التاريـخ حـاضرًا في أحيـاء المدينة»، و»معـمار فريـد مـترف بالألـوان»، و»لوحـات فنيـة مليئـة بالأفـكار والجـمال»، و»منظـر جميـل هنـا.. عشـق هـذا المـكان سـهل جـدًّا خاصـة عندمـا يكـون الطقـس جميـلًا فـترى الحدائـق الخـضراء والبيـوت القديمـة»، و»صنعـاء مـن المـدن المشـهورة جـدًّا وخصوصًـا جـمال الطبيعـة والمعـمار»، و»سـحر المـكان وبسـاطة الإنسـان»، و»اليمـن بلـد جميـل.. النـاس طيبـون ولا توجـد أي أسـباب للخـوف»، و»أهلهـا بسـطاء معتدلـون»، و»المدينـة العربيـة العريقـة»، و «أهلهـا منفتحـون»، و»بسـاطتهم ودماثـة أخلاقهـم وعفويتهـم تدهـش هـؤلاء الغربيـين وتأسرهـم في آنٍ واحـد معًـا»، و»أصالـة المـكان، مكنـون الزمـان، وعراقـة الإنسـان تبقـي صنعـاء موطـن عشـق وفـن وجـمال وأمـان».

- برنامج «بيوت أذن الله أن ترفع»:

ورد في البرنامـج بتاريـخ ١٣ أغسـطس ٢٠١٢: « دمشـق: واحـدة مـن المـدن التاريخيـة المهمـة التـي تضـم آثـارًا وشـواهد مـن جميـع العصـور».

وفي حلقـة البرنامـج ذاتـه بتاريـخ ١٨ أغسـطس ٢٠١٢ ورد: «إسـطنبول هـي مدينـة المسـاجد بـلا منـازع، أفقهـا ترسـمه مجموعـة مـن المسـاجد الكـبرى التـي تنتـشر فـوق تلالهـا التاريخيـة وتطـل عـلى أجمـل مشـهد يمكـن أن تـراه العـين».

في حلقـة يـوم ٢١ يوليـو ٢٠١٢ ورد مـا يـلي: «الأندلـس هـي بـلاد حباهـا اللـه عـز وجـل بجـمال الطبيعـة ووفـرة الـرزق والخـيرات»، «كانـوا يسـمونها الفـردوس «الجنـة» لذلـك اهتـم المسـلمون عـبر القـرون بهـذه المسـاجد التحفـة».

وفي حلقـة يـوم ٢٥ يوليـو ٢٠١٢ ورد: «مدينـة درعـا.. واحـدة مـن أقـدم المـدن العربيـة وقـد مـرت بهـا عهـود تاريخيـة وأمـم وحضـارات كثـيرة اندثـرت وبقيـت مدينـة درعـا»، «مدينـة بـصرى في جنـوب سـوريا تعـد أيضًـا مـن المـدن التاريخيـة المهمـة في بـلاد الشـام».

وفي حلقـة البرنامـج يـوم ٢٧ يوليـو ورد: «مكـة المكرمـة أعظـم وأقـدس بقعـة عـلى وجـه الأرض.. يتوسـط وديانهـا بيـت اللـه الحـرام..أول بيـت وضـع للنـاس لعبـادة اللـه وحـده... أكـبر توسـعة في التاريـخ توسـعة خـادم الحرمـين الشريفـين»، «أول المسـاجد مطلقًـا بنـي عـلى هـذه الأرض هـو المسـجد الحـرام»، «مكـة المكرمـة فيهـا مواطـن كثـيرة ذات صلـة بمواقـع الفتـح»، «هـذه مكة..هـذه مسـاجدها التاريخيـة الكـبرى وهـي مسـاجد اقترنـت بالسـيرة النبويـة وتحـددت في مواضعهـا مسـيرة هـذه الأمـة ومنهجهـا وسـوف تبقـى هـذه المسـاجد ذكـرى وشـاهدًا عـلى هـذه المواقـف العظيمـة».

وفي حلقـة يـوم ٣٠ يوليـو ٢٠١٢ مـن برنامـج «بيـوت أذن اللـه أن ترفـع» ورد: «يعـد مسـجد قبـة الصخـرة أقـدم أثـر إسـلامي في القـدس وأكثرهـا جـمالًا وبهـاءً».

وفي حلقـة يـوم ٣١ يوليـو ٢٠١٢ ورد: «مدينـة دمشـق بمـا اختصـت بـه مـن تراكـم حضـاري طويـل فيهـا آثـار ومعـالم تمثـل معظـم عصـور التاريـخ لكـن مـا يغلـب عـلى المشـهد العـام لهـذه المنطقـة هـو مسـجد «بنـي أميـة الكبـير» الـذي يتوسـط دمشـق القديمـة ويحـدد هويتهـا التاريخيـة والحضاريـة ويشـكل شـاهدًا عـلى مرحلـة مهمـة مـن التحـولات السياسـية والاقتصاديـة والاجتماعيـة».

ومـن ذات البرنامـج بتاريـخ ٢ أغسـطس ٢٠١٢ ورد: «مدينـة الطائف..مدينـة تاريخيـة ذات طبيعـة جميلـة وهـواء طيـب تشـتهر بمنتوجاتهـا الزراعيـة كالرمـان والعنـب والتـين».

- برنامج «نساء خالدات»:

ورد في حلقـة يـوم ٦ أغسـطس ٢٠١٢: وعـلى لسـان متخصـص في الشـئون الإسـلامية هـو حسـن شـاهين: «جبـل ليـس كبقيـة الجبـال.. جبـل ليـس لـه مثيـل عـلى وجـه الكـرة الأرضيـة جميعًـا.. جبـل أحـد».

في حـين ورد في حلقـة يـوم ١٩ أغسـطس ٢٠١٢ : «مدينـة أورفـا التركيـة توصـف بأنهـا مدينـة الأنبيـاء».

في حلقـة يـوم ٢٢ يوليـو ٢٠١٢ ورد: « بيـت المقدس..كانـت حـاضرة العـالم القديـم ومسـتقر كثـير مـن الأنبيـاء».

وورد في حلقة يوم ٢٦ يوليو ٢٠١٢: «إربد في الأردن: عروس الشمال».

وفي حلقـة يـوم ٢٧ يوليـو ٢٠١٢ ورد: «تاريـخ مـصر وحضارتهـا وحياتهـا أمـور لا تنفصـل عـن نهـر النيـل، فعـلى جانبـي هـذا النهـر تعاقبـت منـذ فجـر التاريـخ حضـارات لا تنقطـع وكانـت لهـا رؤياهـا المختلفـة في قضايـا الحيـاة والكـون والإنسـان».

وورد في نفـس البرنامـج حلقـة يـوم ٢٨ يوليـو ٢٠١٢ عـلى لسـان صالـح مـوسى الدرابكـة أسـتاذ التاريـخ الإسـلامي الحديث:»اليمـن مسـتودع العـرب».

وفي حلقـة يـوم ٣١ يوليـو ٢٠١٢ ورد: «بيـت المقـدس: هـذه البقعـة المباركـة»، «السـيدة مريـم تلقـت في مدينـة النـاصرة البشـارة بحمـل المسـيح ومـن هنـا اكتسـبت هـذه المدينـة أهميتهـا في التاريـخ»، «المسـيح ولـد في كهـف بمدينـة بيـت لحـم إلى الجنـوب مـن القـدس وبنيـت بعـده فيـما بعـد كنيسـة المهـد, وهـذا سـبب أهميـة بيـت لحـم وكنيسـة المهـد عنـد المسـيحين»، «تعتـبر كنيسـة المهـد الواقعـة في مركـز مدينـة بيـت لحـم القديـم مـن أقـدم كنائـس العـالم قاطبـة».

- برنامج «رجال حول الرسول صلى الله عليه وسلم»:

وفي حلقة يوم ١٩ أغسطس ٢٠١٢ ورد: «إسطنبول: واحدة من أشهر مدن العالم وأكثرها أهمية من حيث موقعها الجغرافي ودورها الحضاري.. ظلت بوابة بين الشرق والغرب ومركز التقاء للحضارات».

هـ- «الفضائية الأردنية»:

- برنامج «تراث الشعوب»:

في حلقة البرنامج يوم ١٣ يوليو ٢٠١٢ ورد: «حصلت بلغاريا على المرتبة الرابعة في العالم في السياحة نظرًا لموقعها الجغرافي وحضارتها وتاريخها العريق وتنوع تضاريسها وسواحلها البحرية الدافئة وتنوع مرافقها السياحية وطرق المواصلات الحديثة».

ورد في البرنامج حلقة يوم ١ يونيو٢٠١٢ عن السودان: «يزخر السودان بالكثير من المقومات السياحية على مختلف أنواعها وذلك لتنوع بيئته الجغرافية والطبيعية والتاريخية وهو مهد لكثير من الحضارات البشرية».

وورد في حلقة يوم ٨ يونيو ٢٠١٢ التي تحدثت عن «السودان» أيضًا ما يلي: «السودان دولة عربية تعتبر مهدًا للحضارات وهي دولة غنية بتنوعها المكاني والجغرافي وبتنوع تراثها.. يعتبر السودان من الأقطار الشاسعة والغنية بالموارد الطبيعية».

- «رسالة مهرجان جرش للثقافة والفنون»:

ورد بتاريخ ٥ يوليو ٢٠١٢: «يبعث على الإعجاب في عيون العالم كلها»، و «أمسيات جرش الجميلة .. أمسيات الأردن الغالي والعزيز»، و»هذا الحشد الكبير.. الآلاف من الأردنيين والعرب والسواح والزوار محبي جرش عبر التاريخ كلهم اليوم في قلب المهرجان في الساحة الرئيسة»، «وهذا الحضور الجماهيري الكبير يؤكد على عمق حضور جرش في ذهنية الأردنيين والعرب ومحبي جرش ومحبي الأردن»، و»المهرجان العريق.. المهرجان الكبير».

ومن رسالة المهرجان بتاريخ ١٤ يوليو ٢٠١٢ ورد: «مدينة جرش.. التاريخ والحضارة والثقافة».

- برنامج «وين ومين»:

من برنامج «وين ومين» بتاريخ ٢٩ أغسطس ٢٠١٢ ورد على لسان الصحفي مروان سوداج: «أعتقد أن هذا المكان «البيضاء» مؤهل أن يكون منطقة جذب عالمية وليس فقط للأردن..البتراء هي من عجائب الدنيا الجديدة السبع لكن هذه المنطقة مؤهلة للجذب..وذلك لأنها جزء من البتراء التقليدية وتشمل الكثير من الآثار والتكوينات الطبيعية المختلفة التي أعتقد أنها غير موجودة في مكان آخر في العالم وبعضها غير موجود حتى في البتراء التقليدية».

- برنامج «يسعد صباحك»:

في حلقة البرنامج بتاريخ ١٣ يوليو ٢٠١٢ ورد: «عمان: العاصمة الحبيبة التي رغم التطور العمراني والحضاري إلا أنها مازالت محتفظة بهويتها.. هوية عمان وهوية الأردنيين جميعًا.. العاصمة «عمان» واحدة من أجمل العواصم على مستوى العالم يمكن أن تكون رقم خمسة على مستوى العالم من أجمل العواصم».

وفي حلقة أخرى من البرنامج بتاريخ ٣١ أغسطس ٢٠١٢ ورد: «وادي عربة - وبالتحديد منطقة بئر مذكور جنوب عمان - تمتاز هذه المنطقة بالسياحة البيئية الطبيعية، بالإضافة إلى المقبر التركي القديم، بالإضافة إلى البئر القديمة.. مناطق سياحية ومناظر خلابة»، و«محمية الأزرق تتميز بجمال الطبيعة فيها، جمال المياه، محط للطيور المهاجرة ومشهور عالميًّا هذا الموقع»، و«قلعة الأزرق.. أحد القلاع المعروفة».

في حلقة يوم ٤ مايو ٢٠١٢ من برنامج «يسعد صباحك» ورد: «المفرق: أبرز المواقع الأثرية التاريخية في المملكة..من هنا من أرض الأصالة وسحر الطبيعة».

وفي نفس البرنامج حلقة يوم ١١ مايو ٢٠١٢ ورد: «منطقة العينا: هذه المنطقة تجمع بين طياتها عنصرًا أو لربما منتجًا سياحيًا من الدرجة الأولى على أساس أنها تجمع بين المنتج السياحي التراثي بالإضافة إلى المنتج السياحي البيئي»، « منطقة العينا الزراعية .. واحدة من المناطق الجميلة جدًّا..والساحرة في وطننا وتعد منتزهًا طبيعي لأهالي المنطقة لما تمتاز به من طبيعة خلابة وينابيع مائية دائمة الجريان وتنوع أعشابها وكثافة أشجارها المثمرة وكمان أهلها مثل كل الأردنين نشامى وطيبين»، «الأردن واحة الأمن والاستقرار».

وفي البرنامج حلقة يوم ١٨ مايو ٢٠١٢ ورد: «سحر وجمال الأردن..طبيعة رائعة وساحرة في وادي السيق بالبتراء». وعلى لسان د/ عبد الرازق عربيات مدير هيئة تنشيط السياحة بالأردن ورد: «ربنا حبانا بمنتج سياحي رائع وفريد».

وفي حلقة يوم ٢٥ مايو ٢٠١٢ ورد: « جبل القلعة في عمان من أجمل المواقع الأثرية»، «الساحرة عمان».

ورد في حلقة ١ يونيو ٢٠١٢: «الأردن..بلد التاريخ والتراث والحضارات»، «نملك أروع المواقع السياحية التي لها دور كبير في تاريخ وحضارة وتراث وتقاليد وطبيعة وسحر المكان وروعة الزمان على أرضنا الأردنية».

وفي حلقة يوم ٨ يونيو ٢٠١٢ ورد: « جرش: المدينة الأثرية الرائعة جدًّا..جرش: عنوان الأردن... جرش: عنوان رئيسي لترويج الأردن سياحيًا، وثقافيًا وحضاريًا...جرش يشكل نموذج الهدوء والأمن والاستقرار..نموذجًا للترفيه البريء..نموذجًا لرحلة العائلة وزيارتها لجرش»، «الآثار الرائعة الشامخة الموجودة في هذه المنطقة السياحية الرائعة».

وفي حلقة يوم ٢١ يونيو ٢٠١٢ ورد:» تل الرمان..يتميز بجمال الطبيعة الخلابة»، «كرك الأصالة والتاريخ..كرك الثقافة والفنون».

وفي حلقـة يـوم ٦ يوليـو ٢٠١٢ ورد: «العقبة..ثغـر الأردن الباسـم»، وعـلى لسـان «عدنـان غانـم» الرئيـس التنفيـذي لشركـة تطويـر العقبـة: «إطـلاق العقبـة كمنطقـة اقتصاديـة خاصـة وهـي رائـدة ليسـت في المنطقـة فقـط، هـي رائـدة في العـالم اقتصاديًّا..وهـي مـن أوائـل المناطـق الاقتصاديـة في العـالم والأن تعتـبر مـن أهمهـا».

«العقبـة عـلى وجـه التحديـد لهـا مزايـا اسـتثمارية كونهـا جاذبـة للسـياحة الخارجيـة بشـكل كتـير كبـير».

وعـلى لسـان مفـوض الشـئون الاقتصاديـة والاسـتثمار: «الموقـع المميـز للعقبـة يربـط العقبـة في ثـلاث قـارات»، «العقبـة مشـهورة سـياحيًّا كبحـر أحمـر».

«البيئـة الأردنيـة بيئـة غنيـة بالمناطـق الطبيعيـة المتنوعـة تجمـع بـين الصحـراء والسـهول الخـضراء وتمتـاز بالتنـوع الحيـوي البيئـي والحيـواني».

- برنامج «ذاكرة مكان»:

وورد في حلقـة يـوم ١٢ مايـو ٢٠١٢: «تلـك هـي الراجـف حـاضرة تبـوح بتفاصيـل التاريـخ والجـمال والخـضرة والمـاء والعراقـة حيـث يكـون التوثيـق مـن خلالهـا لفضـاء آخـر مـن فضـاءات الباديـة الأردنية».

و- قناة «سفن ستارز»:

- برنامج «مدن من زمن مضى»:

ومـن حلقـة يـوم ٧ يوليـو ٢٠١٢ عـن «جـزر الكنـاري» ورد: «تمتلـك مدينـة لاس بالمـاس ٧ كيلومـترات مـن الشـواطئ عـلى المحيـط الأطلـسي»، و «هـذه المدينـة السـاحرة»، و»يشـتهر سـكان جزيـرة «لاس بالمـاس» بوديتهـم لاسـتقبال السـياح مـن جميـع البلـدان «، و»عندمـا يغـادر المـرء لاس بالمـاس يحـس بأنـه تـرك وراءه عالمًـا رائعًـا»، و»المدينـة الحيـة»، و «المدينـة المحظوظـة».

وفي حلقـة البرنامـج بتاريـخ ١٠ يوليـو ٢٠١٢ التـي تناولـت الحديـث عـن «جـزر البليـار، إقليـم الباسـك» ورد: «جزيـرة مايـوركا التـي تتمتـع بجمالهـا الطبيعـي.. تحـوي أيضًـا كنـوزًا أثريـة ومعماريـة هامـة»، و«يجتمـع في هـذه البلـدة خـلال فـترات الصيـف عـدد كبـير مـن الـزوار والسـواح الأجانـب للاسـتمتاع بميـاه البحـر الشـفافة وللبحـث عـن الهـدوء والسـكينة»، و «وخلـف أشـجار الصنوبـر نسـتطيع أن نمتـع نظرنـا بمشـهد أجمـل الشـواطئ التـي يمكـن رؤيتهـا عـلى الإطـلاق حيـث يسـتمتع روادهـا بأجوائهـا اللطيفـة والهادئـة».

في حلقـة ١٧ مايـو ٢٠١٢ ورد عـن مدينـة «قرطبـة» مـا يـلي: «قرطبـة: مدينـة الحـواس»، «تعتـبر قرطبـة وبسـبب موقعهـا الجغـرافي بوابـة الأندلـس»، «غـدت المدينـة في العصـور الوسـطى بفضـل العـرب واليهـود والنصـارى أهـم مركـز ثقـافي في الغـرب»، «أماكـن سـحرية أثريـة تدعـو كل مـن يدخلهـا إلى أن يترقـب مـا الـذي ينتظـره وراء كل هـذه الأبـواب»، «عـاش في هـذه المدينـة وبتناغـم مثـير للإعجـاب مسـلمون ويهـود ومسـيحيون، لم يكـن تعايشًـا سـهلًا ولم يـدم للأبـد ولكـن ولأن ذلـك كان ممكنًـا لقنـت قرطبـة العـالم درسًـا رائعًـا في يـوم مـا».

ومـن حلقـة يـوم ٥ يونيـو ٢٠١٢ وعـن مدينـة «فالنسـيا» ورد التـالي: «فالنسـيا: مدينـة الأزهـار»، «ومازالـت المدينـة هنـا تحتفـظ بتواصـل بـين روح المـاضي والحـاضر»، «احتضنـت هـذه المدينـة دائمًـا الفـن والإبـداع»، «فالحيـاة تنبعـث في كل شيء عنـد ولادة يـوم جديـد في مدينـة فالنسـيا».

وفي حلقـة أخـرى مـن البرنامـج بتاريـخ ١٢ يونيـو ٢٠١٢ وعـن مدينـة «أوبيـدو» ورد مـا يـلي: «وجـود القصـور التاريخيـة القديمـة وهـو أيضًـا بربـط حـركات السـياحة في هـذه البلـد»، «حيـث تشـكل أوبيـدو بيئـة مثاليـة لسـكانها لأنهـا بالنسـبة لهـم منطقـة نقيـة ومـكان إقامـة طيبـة»، «وأوبيـدو مدينـة مليئـة بالتماثيـل وقـد تكـون مـن أكـبر المـدن التـي تمتلـك هـذا العـدد مـن المجسـمات لدرجـة أنـه ينتصـب هنـاك مجسـم كل مـتر مربـع ومـن المعـروف أن هـذه التماثيـل تعـرض لنـا صـورًا مـن المـاضي»، «وجـود البحـر والحقـول والجبـال تبـدو

استوريس للناظر كأنها جنة طبيعية على الأرض لما تمتلكه من هذه المناظر الرائعة الخلابة»، «وفي إطلالة على هذه المناظر الطبيعية في أوبيدو نشعر بأننا على مقربة من ملامح هذه الجنة الأخاذة».

وفي حلقة يوم ٢٢ يونيو والتي تناولت «مقاطعة الريوخا»: «تشعر عند مرورك بمنطقة الريوخا بأنك تسير عبر التاريخ..كنائس كبيرة وأسوار عالية وحصون مرتفعة»، «وتعد هذه المقاطعة هي الأكبر من حيث المساحة في أسبانيا لذا نجدها مليئة بالتاريخ والمعالم والقلاع والحصون العربية التي ما زالت تحتفظ بهيبتها فهي دليل على أهمية هذه المقاطعة وقوتها في أوروبا في زمن العصور الوسطى».

وفي حلقة يوم ١٤ يوليو ٢٠١٢ والتي تناولت الحديث عن «إقليم الباسك» ورد: «منتجع ومكان للراحة والاستجمام لكثير من سكان المنطقة الذين ينشدون الراحة والهدوء»، «أجمل المناظر التي تعطينا إياها الطبيعة الغنية في هذه المقاطعة»، «لتكون «برميو» إحدى أهم الواجهات السياحية التي تحوي شواطئ ذات رمال ذهبية محاطة بسياج من الشعاب والجبال الصخرية»، «المحمية الطبيعية أورداي باي» والتي أعلنتها منظمة اليونسكو عام ١٩٨٤ كجزء من التراث الطبيعي العالمي»، «وفي أرجاء هذه الطبيعة الخلابة لوحات غنية من أشكال التضاريس الطبيعية لإقليم الباسك في أسبانيا».

- برنامج «المحميات الطبيعية في الأردن»:

ورد في حلقة يوم ٩ يونيو ٢٠١٢ والتي تناولت محمية الموجب ورد: «منطقة الموجب هي البيئة المثالية لحيوان «البدن» فقد تم في عام ١٩٨٥ إعلان هذه المنطقة محمية طبيعية، وأقيم بداخل المحمية عام ١٩٨٩ مشروع «البدن»، والبدن يعيش الآن في هذه المحمية حياته الفطرية دون تدخل الإنسان متنقلًا بين أودية الموجب السحيقة وجبالها العالية».

في حلقة ١٦ يونيو ٢٠١٢ والتي تناولت «محمية عجلون» ورد التالي: «تتميز محمية عجلون بجمالها وروعة مناظرها»، «بالإضافة للمناظر الجميلة التي تنثرها الأشجار فوق الجبال فإن الغابات تلطف من درجات الحرارة المتزايدة في فصل الصيف».

وفي حلقة يوم ٢٥ يوليو ٢٠١٢ والتي تحدثت عن «محمية ضانا» ورد ما يلي: «إذا كانت صخور البتراء قد نحتتها يد الإنسان بالمطارق والمزاميل فإن صخور ضانا قد نحتتها يد الطبيعة بالرياح والأمطار»، «وادي ضانا العظيم..كل بلاد الدنيا تنتمي إلى الماضي..وضانا تنتمي إلى المستقبل».

- برنامج «حكاية مكان»:

وفي حلقة ٢٧ يوليو ٢٠١٢ والتي تناولت «مغطس المسيح عليه السلام»، «منطقة المغطس هي بقعة مقدسة لها حياة سرية خاصة كأنها مبيت للروح.. في هذه البقعة يتشابك الماضي والحاضر والمستقبل ليصبح الزمن حقيقة روحية واحدة تزداد رسوخًا في قلوب المؤمنين».

***

مراجع الكتاب

---

(١) مصطفى عبد القادر، «دَوْر الإعلان في التسويق السياحيّ: دراسة مقارنة»، ط١، (بيروت: المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ٢٠٠٣)، ص ص (٢١٨، ٢١٩).

(2) Georgette Leah Burns, "Anthropology and Tourism: Past Contributions and Future Theoretical Challenges", Anthropological Forum, Vol. (14), No (1), March 2004, P (11). Available at http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/0066467042000189908 in 28/4/2011 at 5:06 p.m.

(3) Arther Asa Berger, "Tourism In Society", Available at www.springerlink.com in 19/7/2010 at 6:39 p.m

(4) Clare A. Gunn & Turgut Var, "Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases", 4th edition, (New York: Routledge, 2002) , p (35).

(٥)منال شوقي عبد المعطي، «دراسة في مدخل علم السياحة»، ط١، (الإسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، ٢٠١٠)، ص (٣٤، ٣٥).

(6)Available at www.uaetourism.ae/ar/index.php in 11-4-2012 at 5:06 p.m.

(٧)منال شوقي عبد المعطي، مرجع سابق، ص (٧٥).

(٨)«السياحة في لبنان»، من موقع www.ministryinfo.gov.lb ، زيارة في ١٥ فبراير ٢٠١٢ في٤:٥٩ مساءً.

(٩)السياحة الدينية من موقع الهيئة العامة للاستعلامات
www.sis.gov.eg/Ar/Templates/Articles/tmpArticles.aspx?CatID=٥٠٧#.U١E٨AFWSzko زيارة في ٢٠١٤/٤/١٤ في ٤:٥٢ مساءً .

(١٠)خبر بعنوان «الأردن يروج للسياحة الدينية الإسلامية»، بتاريخ ٥ يناير ٢٠١٤ من موقع
http://ar.visitjordan.com/MediaCenter/News/ReligiousTourism.aspx. زيارة في 14/4/2014 في ٥:٢٠ مساءً.

(١١)طارق كمال، «السياحة والبيئة»، (الإسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة، ٢٠٠٩)، ص (٥٦، ٥٧).

(١٢)محمد يسري إبراهيم دعبس، «الجذب السياحي: ماهيته وخصائصه والعوامل المؤثرة فيه: رؤية في أنثروبولوجيا السياحة»، ط١، (الإسكندرية: الملتقى المصري للإبداع والتنمية، ٢٠٠١)، ص (١٠٣).

(١٣)أشرف سمير الميداني، «السياحة الرياضية في مصر»، ط١، (الإسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، ٢٠٠٥)، ص، ص (٤٤، ٤٦).

(١٤)المرجع نفسه السابق، ص (٤٩).

(١٥)ماهر عبد الخالق السيسي، «الاتجاهات الحديثة في صناعة السياحة»، (القاهرة: وزارة السياحة المصرية، ٢٠٠٤)، ص (١٠٨-١١٠).

(16)Valorie A. Crooks, et al, "What is known about the Patient's Experience of Medical Tourism? A Scoping Review", BMC Health Service Research, Vol. (10), No (266), 2010, p (1).Available at http://www.biomedcentral.com/content/pdf/1472-6963-10-266.pdf in 28/4/2011 at 3:07 p.m.

(١٧) طارق كمال، مرجع سابق، ص (٥١، ٥٢).

(18)Levi Burkett, “Medical Tourism: Concerns, Benefits, and The American Legal Perspective”, The Journal of Legal Medicine, Vol. (28), No (2), 2007, pp (226,229). Available at http://www.tandfonline.com/doi/abs/٠١٩٤٧٦٤٠٧٠١٣٥٧٧٦٣/١٠,١٠٨٠?journalCode=ulgm٢٠#.VI٩zwCvF_٣S in 28/4/2011 at 3:59 p.m.

(١٩)طارق كمال، مرجع سابق، ص (٦٣).

(٢٠)خبر بعنوان «أول شركة للسياحة التجميلية في لبنان»، جريدة المسلة الإلكترونية، بتاريخ ٦ يونيو ٢٠٠٩، في موقع www.almasalla.travel/News/Category.asp?id=٤٢ زيارة في ٢٠١٠/١/٢٢ في الساعة ٤:٥٩ مساءً.

(21)Barney Warf, “Do You Know the Way to San Jose? : Medical Tourism in Costa Rica”, Journal of Latin American Geography, Vol. (9), No (1), 2010, p (54). Avaialable at http://muse.jhu.edu/journals/journal_of_latin_american_geography/v009/9.1.warf.pdf in 29/4/2011 at 8:23 p.m.

(٢٢)منال شوقي عبد المعطي، مرجع سابق، ص ص (٦٦، ٦٧).

(٢٣)مقال بعنوان «السياحة العلاجية والاستشفائية»، من موقع الدليل السياحي العربي http://www.patdq.com زيارة في ٢٠١٠/١/٢٣ في ٤:٣٩ مساءً.

(٢٤)سامي الشريف، «الإعلام السياحي»، ط٢، (القاهرة: دار النهضة العربية، ٢٠٠٤)، ص (١٨).

(٢٥)منى الحديدي وسلوى إمام، «السينما التسجيلية: الخصائص والأساليب والاستخدامات»، ط ١، (القاهرة: دار الفكر العربي،٢٠١٠)، ص (٣٤).

(٢٦)مهرجان دبي السينمائي الدولي، من موقع http://ar.m.wikipedia.org زيارة في ٢٠١٢/٥/١ في ٢:٥٨ مساءً.

(٢٧) المرجع نفسه السابق.

(٢٨)إيمان محمد منجي، «سياحة المؤتمرات ودورها في تنمية السياحة المصرية»، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية: الملتقى العربي الثاني بعنوان «الاتجاهات الحديثة في السياحة : نحو سياحة عربية غير نمطية»، (شرم الشيخ، يناير ٢٠٠٧)، ص(٤).

(٢٩)ماجد فهمي نجم، «سياحة المؤتمرات: الخصائص والإمكانات، عرض لبعض التجارب العربية الناجحة»، المرجع نفسه السابق، ص (١٦٣).

(٣٠) المرجع نفسه السابق، ص (١٧٢).

(٣١)طارق كمال، مرجع سابق، ص ص (٥٥،٥٣).

(٣٢)سامي الشريف، «الإعلام السياحي»، مرجع سابق، ص (٢٠).

(33)Available at http://ar.hotels.com/ho278158/cristal-hotel-abu-dhabi-abw-zby-alamarat-al-rbyt-almthdt/ in 15/2/2012 at 6:08 p.m.

(٣٤)محمد الصيرفي، «السياحة والبيئة بين التأثير والتأثر»، ط١، (القاهرة: المكتب الجامعي الحديث، ٢٠٠٩/٢٠٠٨)، ص (٢٠٨).

(٣٥)نور الدين هرمز، مرجع سابق، ص (٢٢).

(٣٦)طارق كمال، مرجع سابق، ص ص (٥٠، ٧٠).

(٣٧)جامعة الدول العربية، تقرير وقرارت المجلس الوزاري العربي للسياحة: الدورة الرابعة عشرة، (المملكة الأردنية الهاشمية: العقبة، في الفترة من ٢٨-٢٠١١/٩/٣٠)، من موقع www.lasportal.org زيارة في ١٢-٣-٢٠١٢ في ١:٣٢ مساءً.

(٣٨) ماهر عبد الخالق السيسي ، مرجع سابق، ص ص (١١٣، ١١٤).

(٣٩)منال شوقي عبد المعطي، مرجع سابق، ص (٧٣).

(٤٠)ماهر عبد الخالق السيسي، مرجع سابق، ص (٩٠).

(٤١)نور الدين هرمز، مرجع سابق، ص (٢٢).

(42)Eliza Marguerite Reymond & C. Michael Hall, "The Development of Cross-Cultural (Mis) Understanding Through Volunteer Tourism", Journal of Sustainable Tourism, Vol. (16), No (5), 2008, p (530). Available at http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/09669580802159610#.VI_uIyvF_3Q in 29/4/2011 at 6:35 p.m.

(٤٣)ماهر عبد الخالق السيسي، مرجع سابق، ص ص (١١٥، ١١٦).

(٤٤)محمد الصيرفي، مرجع سابق، ص (٢١٣).

(٤٥)ماهر عبد الخالق السيسي، مرجع سابق، ص (١٠٣).

(٤٦)طارق كمال، مرجع سابق، ص (٧٣-٧٥).

(٤٧)ماهر عبد الخالق السيسي، مرجع سابق، ص (١٠٥).

(٤٨)محمد الصيرفي، مرجع سابق، ص ص (٢٠٩، ٢١٠).

(٤٩)المرجع نفسه السابق، ص (٢٣٧).

(50)Available at ar.wikipedia.org/wiki/سياحة_بيئية in 15/6/2011 at 8:10 p.m

(51)Donald E. Hawkins & M. Khan, "Ecotourism Opportunities for Developing Countries', In (Global Tourism), 2nd edition, edited by William F. Theobald, (Oxford: Butterworth Heinemann, 1998), pp (191, 192).

(٥٢)محسن أحمد الخضيري، «السياحة البيئية»، ط١، (القاهرة: مجموعة النيل العربية، ٢٠٠٥)، ص (٤٢).

(٥٣)محمد الصيرفي، مرجع سابق، ص (٢١١).

(54)Available at ar.wikipedia.org/wiki/سياحة_بيئية , op.cit

(55) Donald E. Hawkins & M. Khan, op.cit , P(197).

(٥٦)محمد الصيرفي، مرجع سابق، ص (٢٢٩).

(٥٧)طارق كمال، مرجع سابق، ص (٤٦).

(٥٨)محمد الصيرفي، مرجع سابق، ص ص (٢٢٨، ٢٢٩).

(٥٩)محسن أحمد الخضيري، مرجع سابق، ص ص (٣٠٤،٣٠٥،٣٠٦).

(٦٠)محمد بن مصطفى الجهني، «مقترحات وتصور المنظمة العربية للسياحة فيما يخص السياحة الخضراء»، ملاحق تقرير وتوصيات المكتب التنفيذي للمجلس الوزاري العربي للسياحة: الدورة التاسعة، (جمهورية مصر العربية: القاهرة، يومي ١٥، ٢٠١٢/٢/١٦)، من موقع www.lasportal.org زيارة في ٣/١٢/ ٢٠١٢ في ١:٣٥ مساءً.

(٦١)محمد الصيرفي، مرجع سابق، ص (٢٨٦، ٢٨٧).

(٦٢)مصطفى عبد القادر، مرجع سابق، ص (١٩٧).

(٦٣)فؤادة البكري، «التنمية السياحية في مصر والعالم العربي»: الاستراتيجيات، الأهداف، الأولويات»، ط١، (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٤)، ص (٣٢، ٣٣).

(٦٤)ماهر عبد الخالق السيسي، «شركات السياحة ووكالات السفر: الإطار العلمي والمجال التطبيقي»، (شبين الكوم: مطابع الولاء الحديثة، ٢٠٠٣)، ص (٢٤).

(٦٥)صلاح الدين عبد الوهاب، «التنمية السياحية»، (القاهرة: مطبعة زهران، ١٩٩١)، ص (٢١).

(٦٦)نور الدين هرمز، مرجع سابق، ص (١٣).

(٦٧)فـؤادة البكـري، «التنميـة السـياحية في مـصر والعـالم العـربي: الاسـتراتيجيات، الأهـداف، الأولويـات»، ٢٠٠٤، مرجـع سـابق، ص (٨٤).

(٦٨)نور الدين هرمز، مرجع سابق، ص (٢٠).

(٦٩)سامي الشريف، «الإعلام السياحي»، مرجع سابق، ص ص (٣٠، ٣١).

(٧٠)صلاح الدين عبد الوهاب، مرجع سابق، ص (٢٣).

(٧١)جليلة حسن حسنين، «دراسات في التنمية السياحية»، (الإسكندرية: الدار الجامعية،٢٠٠٦)، ص (١٥).

(72)Fang Meng & Muzaffer Uysal, "Effects of Gender Differences on Perceptions of Destination Attributes, Motivations, and Travel Values: An Examination of a Nature-Based Resort Destination", Journal of Sustainable Tourism, Vol. (16), No (4), 2008, p (446). Avaialable at
http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/09669580802154231#.VI_4YyvF_3Q in 28/4/2011 at 3:12 p.m.

(73) Kathleen L.Andereck et al, "A Cross- Cultural Analysis of Tourism and Quality of Life Perceptions', Journal of Sustainable Tourism, Vol. (15), No(5), 2007, p (483). Avaialable at
http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.2167/jost612.0#.VI_7HSvF_3Q in 29/4/2011 at 6:57 p.m.

(74) John S. Akama & Damiannah Kieti, "Tourism and Socio-economic Development in Developing Countries: A Case-Study of Mombasa Resort in Kenya", Journal of Sustainable Tourism, Vol. (15), No(6), 2007, p (735). Available at
http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.2167/jost543.0#.VJADvivF_3Q
in 29/4/2011 at 8:08 p.m.

(٧٥)فـؤادة البكـري، «التنميـة السـياحية في مـصر والعـالم العـربي»: الاسـتراتيجيات، الأهـداف، الأولويـات»، ٢٠٠٤، مرجـع سـابق، ص (١٦٩).

(76)Available at ar.wikipedia.org/wiki/سياحة_بيئية , op.cit.

(77)Martin Mowforth & Ian Munt, " Tourism and Sustainability : Development and New Tourism in The Third World", 2nd edition,(NewYork: Routledge,2003), p (107).

(78)Kirsty L.Blackstock , et.al, "Measuring Responsibility : An Appraisal of a Scottish National Park's Sustainable Tourism Indicators ", Journal of Sustainable Tourism , Vol (16), No (3), 2008, p(293). Available at
http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/09669580802154090#.VJAHvSvF_3Q in 28/4/2011 at 3:46 p.m.

(٧٩)محمـد إبراهيـم عراقـي، فـاروق عبـد النبـي عطـا اللـه، «التنميـة السـياحية المسـتدامة في جمهوريـة مـصر العربيـة: دراسـة تقويمية بالتطبيـق عـلى محافظـة الإسـكندرية»، ورقـة مقدمـة لورشـة عمـل السـياحة السـكندرية، (الإسـكندرية: المعهـد العـالي للسـياحة والفنـادق والحاسـب الآلي، ٢٠٠٧)، ص (٢٢).

(٨٠)محمد الصيرفي، مرجع سابق، ص (٢٠٩).

(٨١)عبير محمد فتحي، «تفعيل دور السياحة العربية البينية في ظل المتغيرات الدولية»، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: جامعة حلوان، كلية السياحة والفنادق، قسم الدراسات السياحية، ٢٠٠٧)، ص (١٦).

(٨٢) مصطفى عبد القادر، مرجع سابق، ص (١٤١).

(٨٣)محمد يسري إبراهيم دعبس، «العولمة السياحية وواقع الدول المتقدمة والدول النامية»، ط١، (الإسكندرية: الملتقى المصري للإبداع والتنمية، ٢٠٠٢)، ص (١٧٥).

(٨٤)سامي الشريف، «الإعلام السياحي»، مرجع سابق، ص (١٤١).

(٨٥)السيد محرز خليفة، «عصر من السياحة»، (القاهرة: الشركة المتحدة للطباعة والنشر والتوزيع، ١٩٩٦)، ص (٦).

(٨٦) المرجع نفسه السابق، ص (٦).

(٨٧) مكتب المعلومات في هيئة تنشيط السياحة المصرية، (القاهرة: برج مصر للسياحة، ٢٠١٢/٤/٥).

(٨٨) تم الرجوع في هذه الإحصائيات إلى:

- كتيب «مصر في أرقام ٢٠١٤»، من موقع الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، www.capmas.gov.eg/pdf/EgyptainFigures2014/Tables/pdf/16 زيارة في ٢٠١٤/١١/٢٢ في ١٠ مساءً.

- مصطفى النجار، مقال بعنوان «السياحة المصرية بين عامين ٢٠١٣-٢٠١٤: فيها حاجة حلوة»، موقع جريدة الأهرام الإلكتروني،٣٠١/www.ahram.org.eg/cateogry/١٠٥٢ زيارة في ٢٠١٤/١١/١٨ في ٢:١٤ مساءً.

- تقرير بعنوان «تنمية المناطق السياحية: السياحة المستدامة في مصر»، من موقع وزارة البيئة المصرية http://www.eeaa.gov.eg زيارة في ٢٠١٥/٩/٢١ الساعة ١١:٢٥ صباحاً.

- خبر بعنوان « السياحة: تراجع إيرادات السياحة ١٥٪ في ٢٠١٥..وانخفاض أعداد السياح ٦٪ عن ٢٠١٤» من الموقع الالكتروني لجريدة اليوم السابع http://www.youm7.com/story/ نشر بتاريخ ١٨ يناير ٢٠١٦ وزيارة في ١٦ نوفمبر ٢٠١٦ الساعة ١١ صباحاً.

(89)Available at http://www.sis.gov.eg/Ar/Tourism. In 5/1/2010 at 10:38 p.m.

(90)Available at http://www.sis.gov.eg/Ar/LastPage In 31/3/2012 at 3:34 p.m.

(٩١)محمد يسري إبراهيم دعبس، ٢٠٠٢، مرجع سابق، ص (١٧٩).

(92)Available at http:// www.sis.gov.eg/Ar/Tourism, Op.Cit.

(٩٣)منال شوقي عبد المعطي، مرجع سابق، ص ص (٦٥، ٦٦).

(94)Available at http:// www.sis.gov.eg/Ar/LastPage ,Op.Cit.

(95)Available at http:// www.sis.gov.eg/Ar/Tourism, Op.Cit.

(٩٦)«السياحة في المغرب»، من موقع /ar.wikipedia.org/wiki زيارة في ٢٠١٢/٤/١٨ في ٢:١٧ مساءً.

(٩٧)«السياحة في المملكة المغربية: كل ما يهم السائح والزائر لدولة المغرب»، من موقع soakalarab.com زيارة في ٢٠١٢/٤/١٧ في ٥:٥٠ مساءً.

(٩٨)ملف صحافي حول الدورة السادسة للمناظرة الدولية للسياحة في المغرب، (المملكة المغربية: وزارة السياحة والصناعة التقليدية والاقتصاد الاجتماعي، قطاع السياحة، طنجة ٢٠٠٦)، في موقع www.tourisme.gov.ma/.../DP%٢٠Assises%٢٠final%٢٠٢٧٠٣-Ar.doc زيارة في ٢٠١٢/٤/١٨ في ٢:٤٣ مساءً.

(٩٩)فؤادة البكري، «التنمية السياحية في مصر والعالم العربي: الاستراتيجيات، الأهداف، الأولويات»، ٢٠٠٤، مرجع سابق، ص ص (١٩٨، ١٩٩).

(١٠٠)السياحة في المغرب، مرجع سابق.

(١٠١)السياحة العلاجية والاستشفائية، من موقع الدليل السياحي العربي، مرجع سابق.

(١٠٢)منشورات المكتب الوطني المغربي للسياحة، بعنوان «الرباط في المغرب»، في موقع http://visitmorocco.com/extension/ezwebin/design/ezwebin/images/swf/download/Rabat زيارة في ٢٠١٥/٣/٣ في ١١ مساءاً.

(١٠٣)«أغادير»، من موقع ar.wikipedia.org/wiki/ زيارة في ٢٠١٢/٤/١٨ في ٤:١٣ مساءً.

(١٠٤)«الدار البيضاء»، من موقع ar.wikipedia.org/wiki زيارة في ٢٠١٢/٤/١٨ في ٤:٥٦ مساءً.

(١٠٥)«فاس ومكناس.. مدينتان تاريخيتان»، من موقع:

www.visitmorocoo.com/index.php/ara/node_٢٤٨/node_١٨١/node_٣٥٥ زيارة في ٢٠١٢/٤/١٨ في ٤:٠٨ مساءً.

(١٠٦)«في قلب فاس.. المدارس العتيقة»، من موقع:

www.visitmorocoo.com/index.php/ara/node_٢٤٨/node_٣٥٠/node_٣٥٤ زيارة في ٢٠١٢/٤/٢١ في ٧:٤٦ مساءً.

(١٠٧) «مراكش الخالدة» من موقع:

www.visitmorocoo.com/index.php/ara/node ٢٤٨/node١٨٠/ node_٣٥٩ زيارة في ٢٠١٢/٤/٢١ في ٧:٤٤ مساءً.

(١٠٨)«استراتيجية السياحة: رؤية ٢٠٢٠»، من موقع www.finances.gov.ma/ArMa/pages/ زيارة في ٢٠١٤/٤/٢٠ في ١١:٥١ مساءً.

(١٠٩)«رؤية ٢٠٢٠ باختصار»، من موقع www.tourisme.gov.ma/ar/ زيارة في ٢٢/٤/ ٢٠١٤ في الساعة ١١:٤٢مساءً.

(١١٠)حمدي الطباع، مداخلة استهلالية، حلقة نقاش بعنوان «استراتيجية السياحة الأردنية على أبواب القرن الـ ٢١»، من كتاب «استراتيجية السياحة الأردنية على أبواب القرن الـ ٢١»، (عمان: دار سندباد للنشر، ٢٠٠٠)، بدون رقم صفحة.

(١١١)عوني قعوار، «الحملة الوطنية لزيادة الوعي بأهمية السياحة»، نشر في ٢٠٠٩/١٢/٣١ في موقع صحيفة الغد الأردنية الإلكتروني، www.alghad.com/index.php في ٢٠١٠/١/٢٢ في الساعة ٤:٥٠ مساءً.

(١١٢) حمدي الطباع، مرجع سابق، بدون رقم صفحة.

(١١٣) فؤادة البكري، «التنمية السياحية في مصر والعالم العربي»: الاستراتيجيات، الأهداف، الأولويات»، ٢٠٠٤، مرجع سابق، ص (٢٠٩).

(١١٤)نعيم الظاهر و سراب إلياس، «مبادئ السياحة»، ط١، (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ٢٠٠١»، ص (١٧٧).

(١١٥)خالد مقابلة، «فن الدلالة السياحية»، ط٢، (عمان: دار وائل للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٣)، ص ص (١١٩، ١٢٠).

(١١٦)نعيم الظاهر و سراب إلياس، مرجع سابق، ص ص (٢٢٥، ٢٢٦).

(١١٧)«السياحة في الأردن»، من موقع ar.wikipedia.org/wiki زيارة في ٢٠١٢/١/٢٤ في الساعة ١٠:٣٢ مساءً.

(١١٨)«السياحة العلاجية والاستشفائية»، من موقع الدليل السياحي العربي، مرجع سابق.

(١١٩)المرجع نفسه السابق.

(120)Available at www.tourism.jo/ar/portals/0/NTS_2011-2015_Arabic.pdf in 11/4/2012 at 10 p.m.

(١٢١)أحمد فوزي ملوخية، «التنمية السياحية»، (الإسكندرية: مكتبة بستان المعرفة، ٢٠٠٥)، ص (١٢١).

(122)Jonas Larsen, "De-exoticizing Tourist Travel :Everyday Life and Sociality on the Move", Leisure Studies, Vol. (27), No (1), January 2008, p(26). Available at http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/02614360701198030#.VJAJhSvF_3Q in 28/4/2011 at 3:22 p.m.

(123)Tsung-Hung Lee, "A Structural Model for Examining How Destination Image and Interpretation Services affect Future Visitation Behaviour: A Case Study of Taiwan's Taomi Eco-Village', Journal of Sustainable Tourism, Vol (17), No(6), November 2009, pp (740,741). Available at

http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/09669580902999204#.VJAMeivF_3Q in 28/4/2011 at 3:33 p.m.

(١٢٤)أحمد الجلاد، «التنمية والإعلام السياحي المستدام»، (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٣)، ص (١٠٢).

(١٢٥)أحمد فوزي ملوخية، مرجع سابق، ص (١١٦).

(١٢٦) إيمان محمد منجي وشيماء السيد سالم، «دور الإعلام المقروء في نشر الثقافة السياحية لدى الجمهور: دراسة تطبيقية على عينة من محافظة القاهرة «، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية: الملتقى العربي الثاني بعنوان: «الاتجاهات الحديثة في السياحة: نحو سياحة عربية غير نمطية»،(شرم الشيخ، يناير ٢٠٠٧)، ص (٤٧).

(١٢٧)فؤادة البكري، «العلاقات العامة في المنشآت السياحية»، ط١، (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٤)، ص (٥٩).

(١٢٨)فؤادة البكري، «الإعلام السياحي»، ط١، (القاهرة: دار نهضة الشرق،٢٠٠١)، ص (٩٣).

(١٢٩)مصطفى عبد القادر، مرجع سابق، ص (١٨٥).

(١٣٠)محمد السنان، مقال بعنوان «الفيديو كليب .. حضور الهدف وغياب المضمون»، جريدة عكاظ الالكترونية، العدد ٤٤٥٢، بتاريخ ٢٥ أغسطس ٢٠١٣ ، من موقع http:// www.okaz.com.sa زيارة في ١٢/١١/ ٢٠١٣ في الساعة ٧:٥٣ مساءً.

(131)Available at http://ar.m.wikipedia.org/wiki/ In 11/12/2013 at 8:17 p.m.

(١٣٢)عصام سعد، مقال بعنوان «المستقبل غامض أمام صناعة السينما»، جريدة الأهرام الالكترونية، ١٠/٣٠/ ٢٠١٣، من موقع www.ahram.org.eg/News زيارة في ١٢/١١/ ٢٠١٣ في الساعة ٩:١٥ مساءً.

(١٣٣)المرجع نفسه السابق.

(١٣٤)أحمد نصار، مقال بعنوان «أثر الدراما التلفزيونية والأفلام في انتعاش السياحة المصرية»، من موقع مجلة السياحة المصرية www.egytourism.com بتاريخ ١٢/١٥/ ٢٠١٢، زيارة في ١٨ /١٢/ ٢٠١٣ في الساعة ٧:٥٦ مساءً.

(١٣٥)خبر بعنوان «فتح الأماكن السياحية والأثرية للتصوير الدرامي بدون مقابل»، من موقع جريدة الأخبار الإلكترونية، بتاريخ ١ /١٢/ ٢٠١٣.

http://akhbar.akhbarelyom.com/news/newdetails/165428/6/ زيارة في ١٨ /١٢/ ٢٠١٣ في الساعة ٨:٢٣ مساءً.

(136)Available at www.adtv.ae/mashaweer/ in 24/4/2014 at 11:01 p.m.

(١٣٧)خبر بعنوان «برنامج ب.بيروت» ينتقل إلى مقره الشتوي بتوقيت جديد»، نشر في ٢٠١٣/١٠/٣ من موقع www.musicnation.me/news زيارة في ٢٠١٤/٤/٢٥ في ١٢:٣٧ صباحاً.

(138)Available at www.alarabiya.net/programs/mahattat.html?currentpage=2 in 26-4-2014 at 6:30 p.m.

(139)Available at www.dmi.ae/mobil/program-detail. asp?cid= ٤&PTID= ٦٢& PID=18218 in 26/4/2014 at 6:45 p.m.

(140)Available at www.adtv.ae/historyofabudhabi/ in 27/4/2014 at 5:24 p.m.

(141)Available at www.dmi.ae/dubaitv/program_detail.asp?PTID= 1&PID= 18665 &CM= PM In 19 /1/2014 at 5:00 P.M.

(142)Available at: www.dmi.ae/samadubai/program_detail.asp?lang=ar&ic=programs & PTID=1&PID=14016 in 27-4-2014 at 5:52 p.m.

(143) Ibid.

(١٤٤)صابرين جابر عبد الجليل، مرجع سابق، ص (١٠٩).

(١٤٥)منى الحديدي وسلوى إمام، مرجع سابق، ص، ص (٦٩، ٧٠).

(١٤٦)صابرين جابر عبد الجليل، مرجع سابق، ص (١١٠).

(١٤٧)سامي الشريف، «الإعلام السياحي»، مرجع سابق، ص، ص (٩١، ٩٧).

(١٤٨)خبر بعنوان «إطلاق قناة فلسطينية فضائية تبث صور المعالم الأثرية»، نشر بتاريخ ٢٦ /١/ ٢٠١٢، من موقع http://anbamoscow.com/aworld/20120126/373476111.html زيارة في ٢١ /١٢/ ٢٠١٣ في الساعة ٢:١٣ مساءً.

(١٤٩)المرجع نفسه السابق.

(١٥٠)الصفحة الرسمية للقناة على موقع فيس بوك :

http://m.facebook.com/paltraveltv?id=176560929107404&rdr زيارة في ٢٠١٤/٤/٢٤ في ٦:١٠ مساءً.

(١٥١)خبر بعنوان «إطلاق قناة فلسطينية فضائية تبث صور المعالم الأثرية»، مرجع سابق.

(١٥٢)خبر بعنوان «خلال مؤتمر صحفي برام الله: الإعلان رسميًا عن انطلاق قناة فلسطين السياحية»، نشر في جريدة الحياة الجديدة بتاريخ ٢٦ /١/ ٢٠١٢، العدد ٥٨٢٩، الصفحة ٩، من موقع www.alhayat-j.com/pdf/٢٠١٢/١/٢٦/page٩.pdf زيارة في ٢١ /١٢/ ٢٠١٣، في الساعة ٢:٤١ مساءً.

(١٥٣)المرجع نفسه السابق.

(154)Available at www.cairo7.co/vb/t199749.html in 24/4/2014 at 6:22 p.m.

(155) Ibid.

(١٥٦)خبر بعنوان «تري جولي تروج للسياحة في مصر»، من موقع جريدة الأهرام ، نشر في ١٩ /٧/ ٢٠١٢، http://web١٦.ahram.org.eg/Arts.aspx?Serial=٩٦٧٧٢١ زيارة في ٣١ /١٢/ ٢٠١٣ في الساعة ٤:٥٧ مساءً.

(١٥٧)مقابلة متعمقة مع مدير خدمة العملاء بشركة Très Jolie للسياحة «أ/ أحمد خطاب»، بتاريخ ٩ يناير ٢٠١٤، بمقر الشركة في مدينة نصر.

(١٥٨)من الصفحة الرسمية للقناة على موقع فيس بوك:

http://m.facebook.com/page/about.php?id=٣٠١٥٧٠٨١٣١٩٥٤٤٢ زيارة في ٢٠١٤/٤/٢٤ في الساعة ٩:٤٦ مساءً.

(159)Available at www.Journeystation.com/index.asp?menu=6&id_c=101&idx in 24/4/2014 at 9:40 p.m.

(١٦٠) حوار مع المدير التنفيذي لقناة Journey الفضائية، من موقع جريدة الغد الإلكترونية، نشر في ٢٠١٢/٤/١٨، www. alghadyem.net زيارة في ٢ /١/ ٢٠١٤ الساعة ٨:٤٠ مساءً.

(١٦١)المرجع نفسه السابق.

(162)Available at www.Journeystation.com/index.asp?menu=6&id_c=101&idx, op.cit.

(١٦٣)حوار مع المدير التنفيذي لقناة Journey الفضائية، مرجع سابق.

(١٦٤)مقال بعنوان «قناة الحضارة والمشهد الثقافي»،نشر في٢٠١٢/٧/١٠من موقع

٢٠١٢/alakhbaar.org/home/٠٧/١٣٢٧٨١.h زيارة في ٢٠١٤/٤/٢٤ في ٧:٢٠ مساءً.

(١٦٥) المرجع نفسه السابق.

(166)Available at www.ilcode.com/frequence/categorie-66/tv-284/ in 27/4/2014 at 11:20 p.m.

(١٦٧)مقال بعنوان «ما هي قناة أطلس؟»بتاريخ٢٠٠٨/٧/١٩،من موقع

http://atlastv.maktoobblog.com/958284 ، زيارة في ٤ /١/ ٢٠١٠ في الساعة ٨:٤٠ مساءً.

(168)Available at http://bahrainonline.org/showthread.php?t=174215 in 24/4/2014 at 7:45 p.m.

(169) Ibid.

(١٧٠)مقال بعنوان «ما هي قناة أطلس؟»، مرجع سابق.

(171)Available at http://forum.maas1.net/m111346.html/ in 29/4/2014 at 10:18 p.m.

(١٧٢)المرجع نفسه السابق.

(173)Available at http://bahrainonline.org/showthread.php?t=174215, op.cit.

(174)Available at www.sat1000.org/vb/showthread.php?t=28328 in 24/4/2014 at 9:08 p.m.

(١٧٥) المرجع نفسه السابق.

(176)Available at http://vb.vip600.com/showthread.php?t=187657 in 29-4-2014 at 9:30 p.m.

(177)Available at www.sat1000.org/vb/showthread.php?t=28328.op.cit.

(١٧٨)خبر بعنوان «قناة شرم السياحية أول نوفمبر»، نشر في ١٢/١٠/ ٢٠٠٧، من موقع شبكة الإعلام العربية الإلكترونيwww. moheet.com زيارة في ٢٠١٠/١/٧ في الساعة ١١:١٤ مساءً.

(١٧٩)مقال بعنوان «الإعلام التلفزيوني السياحي العربي»، كتب في ٢٠١٠/١٠/٤، من موقع http://ar.wikipedia.org/wiki/ زيارة في ٢٧ /١٠/ ٢٠١٠ الساعة ٩:٣١ مساءً.

(١٨٠)خبر بعنوان «انطلاق قناة السفر العربي على النايل سات»، من موقع جريدة القبس الكويتية الإلكتروني، نشر في ٤ /١/ ٢٠٠٦، www.alqabas.com.kw/node/١١٧٥٨٦، زيارة في ٢ /١/ ٢٠١٤ الساعة ٦:٢٣ مساءً.

(١٨١)من الصفحة الرسمية للقناة على موقع فيس بوك http://m.facebook.com/ArabianTravelTV/ زيارة في ٢٠١٤/٤/٢٤ في الساعة ٨:٠٠ مساءً.

(١٨٢)خبر بعنوان «انطلاق قناة السفر العربي على النايل سات»، مرجع سابق.

(١٨٣)مقال بعنوان «الإعلام التلفزيوني السياحي العربي «، مرجع سابق.

(١٨٤)مقال بعنوان: «قناة السياحة العربية Arabian Travel»، نشر في ٢٤ /٣/ ٢٠٠٥، من موقع http://travel.maktoob.com/vb/ travel27943/ زيارة في ٢ /١/ ٢٠١٤ ، الساعة ٦:٠٨ مساءً.

(١٨٥)خبر بعنوان «قناة فضائية مقرها الكويت وتبث من مصر»، بتاريخ ١٠ /١٠/ ٢٠٠٤، من موقع www.gulflobby.com/lobby/ نقلاً عن موقع جريدة القبس الكويتية، زيارة في ٥ /١/ ٢٠١٠ في الساعة ٤:٢٥ مساءً.

(١٨٦) المرجع نفسه السابق.

(187)Available at http://forum.maas1.net/m169704.html in 29/4/2014 at 8:00 p.m

(١٨٨) المرجع نفسه السابق.

(١٨٩)منال أبو عبس، خبر بعنوان: «قناة السياحة العربية تنطلق منتصف الشهر المقبل من دبي»، من موقع جريدة الحياة الإلكتروني، نشر في ٢٧ /٩/ ٢٠٠٤ ، /daharchives.alhayat.com/issue_archive، زيارة في ٦ /١/ ٢٠١٤، في الساعة ٢:٤٤ مساءً.

(190)Available at http://travel.maktoob.com/vb/travel25626/ in 29/4/2014 at 9:50 p.m.

(١٩١)سامي الشريف، «الفضائيات العربية: رؤية نقدية»، (القاهرة: دار النهضة العربية، ٢٠٠٤)، ص (١٦٨).

(١٩٢) المرجع نفسه السابق.

(193)Available at www.startimes.com/f.aspx?t=2423208 in 29/4/2014 at 6:40 p.m.

(١٩٤)خبر بعنوان «فضائية MTC تنطلق أوائل فبراير بميزانية ٤ ملايين جنيه سنويًّا في ثوب جديد»، نشر في موقع جريدة المصري اليوم الإلكتروني بتاريخ ١٩ /١/ ٢٠٠٧ http://today.almasryalyoum.com زيارة في ٢ /١/ ٢٠١٤ في الساعة ٢:١٩ مساءً.

(١٩٥)خبر بعنوان «القضاء الإداري يقضي بإعادة بث قناة MTC»، من الموقع الإلكتروني لجريدة اليوم السابع، نُشِرَ بتاريخ ١٩ /١٢/ ٢٠١٠، http://m.youm7.com/ زيارة في ٢ /١/ ٢٠١٤ في ١:٣٩ مساءً.

(196)Available at www.alquds.edu in 24/4/2014 at 6:39 p.m.

(197)Available at www.fadaeyat.net/vb/showthread.php? In 24/4/2014 at 5:58 p.m

(١٩٨)الصفحة الرسمية للقناة على موقع فيس بوك www.facebook.com/checkinntv/info زيارة في ٢٠١٤/٤/٢٤ في ٦:٠١ مساءً.

(199) Available at check-inn.tv/pages/about. In 13 /1/ 2014 at 10:09 p.m.

(200) Available at en.wikipedia.org/Travel Channel In 26 /6/ 2013, at 8:59 p.m.

(201) Available at www.travelchanneltv.com /about us. In29 /6/ 2013, at 9:55 p.m.

(202) Available at en.wikipedia.org/Travel Channel, op.cit.

(203) Available at www.travelchanneltv.com /about us, op.cit.

(204) Available at en.wikipedia.org/Travel Channel, op.cit

(205) Available at www.travelchanneltv.com /about us, op.cit.

(206) Ibid.

(٢٠٧)حوار صحفي مع «جيمس عواد»، جريدة الأهرام، بتاريخ ٥ /٦/ ٢٠١٤، ص (٢٠).

(٢٠٨) فؤادة البكري، «التنمية السياحية في مصر والعالم العربي»، مرجع سابق، ٢٠٠٤، ص (١٠٢).

الفهرس	الصفحة



أطلس

للنشر والإنتاج الإعلامى

الإعلام و السياحة

هذا الكتاب يتناول الحديث عن مجال الإعلام السياحي بالتركيز على المضمون السياحي التليفزيوني بكافة أشكاله ومضامينه المباشرة وغير المباشرة. كما يتطرق الكتاب للحديث عن أنواع السياحة التقليدية والحديثة التي تتجه لها اتجاهات السياحة العالمية في الفترة الأخيرة. مع عرض لمفاهيم التنمية السياحية ومتطلباتها وكيفية تحقيق التنمية السياحية المستدامة.

كما يقدم الكتاب رؤية تطبيقية لكيفية النهوض بالإعلام السياحي المصري وتنمية القطاع السياحي وخاصة في فترات الأزمات والمشكلات التي تواجه مجال السياحة، وذلك من خلال رؤية خبراء الإعلام والسياحة في "مصر"



